

CAMPAÑA DE INSPECCIÓN Y CONTROL DE ACTIVIDADES DE PROMOCIÓN DE VENTAS 2018

INTRODUCCIÓN

Este programa de continuidad tiene como objetivo la vigilancia de las actividades de promoción de ventas, actividades que suelen utilizar los comerciantes para atraer a los consumidores y aumentar las ventas de sus productos.

OBJETIVOS

La presente campaña tiene como objetivo principal velar por el cumplimiento de la normativa en materia de protección y defensa de las personas consumidoras, en concreto la acción se centrará en:

- La protección del derecho a la información que tienen reconocido por Ley las personas consumidoras.
- El respeto de los derechos económicos de las personas consumidoras, en cuanto a las condiciones de compra y contratación.
- Velar por la garantía de calidad de los productos que se ofrecen en este tipo de ventas.
- Y el cumplimiento de lo dispuesto en la normativa legal vigente que es de aplicación en las actividades de promoción de ventas

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

EJECUCIÓN DEL PROGRAMA

Ámbito territorial

La presente campaña de Inspección será llevada a cabo por la totalidad de las/los Inspectoras/es Técnicos de Calidad y Consumo del Ayuntamiento de Madrid.

Ámbito temporal

El desarrollo de la campaña se llevara a cabo durante todo el año 2018.

Tipo de establecimientos a visitar

Se visitaran todo tipo de establecimientos que anuncien cualquier tipo de actividad de promoción de ventas.

METODOLOGÍA

Elaboración de protocolos

Con el fin de que las actuaciones sean homogéneas se ha procedido a la protocolización de las mismas.

Para ello, el Instituto Municipal de Consumo ha incluido en este documento:

- Los objetivos de las actuaciones.
- La normativa aplicable.

- El ámbito territorial y temporal.
- La mecánica de las inspecciones en cada uno de los casos concretos, donde se indica el método a seguir para el adecuado desarrollo de la inspección.
- Un cuestionario que tiene como función principal la recogida de datos para su posterior análisis estadístico, pero que además sirve como guion para facilitar la inspección.
- Instrucciones de cumplimentación de la ficha.

Historial

Antes de realizar la visita de inspección, se intentará comprobar los antecedentes del titular del establecimiento para verificar si ha sido objeto de visitas anteriores, de las posibles infracciones detectadas y en este caso, de la sanción o sanciones impuestas.

Mecánica de actuación

La campaña está dirigida únicamente a verificar los requisitos de las actividades de promoción de ventas, y la ficha de la aplicación está diseñada en ese sentido, por lo que la comprobación de los requisitos generales de los establecimientos comportará utilizar la ficha de la campaña de control general de establecimientos y se contabilizará además como actuación en la misma.

Al igual que el año 2017 los inspectores del Instituto Municipal de Consumo van a realizar la campaña de rebajas en grandes superficies, durante los periodos de invierno y de verano donde se concentran las rebajas, es decir desde enero a marzo y desde junio hasta agosto y puntualmente también se comprobará el periodo llamado Blackfriday.

Venta en rebajas

La ley 16/1999 en su artículo 34 indica para la venta en rebajas que:

Artículo 34. Ventas en rebajas.

1. Se aplicará lo dispuesto en la Ley 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista, en cuanto a las ventas en rebajas, (...)

La citada ley 7/1996 indica en su artículo 24 lo siguiente:

Artículo 24. Concepto

1. Se entiende que existe venta en rebajas cuando los artículos objeto de la misma se ofertan, en el mismo establecimiento en el que se ejerce habitualmente la actividad comercial, a un precio inferior al fijado antes de dicha venta.

2. No cabe calificar como venta en rebajas la de aquellos productos no puestos a la venta en condiciones de precio ordinario con anterioridad, así como la de los productos deteriorados o adquiridos con objeto de ser vendidos a precio inferior al ordinario.

En lo relativo a las fechas de las temporadas de las rebajas, el artículo 25 de la ley 7/1996 fue modificado por el Real Decreto-Ley 20/2012 siendo su redacción actual la siguiente:

Artículo 25. Temporada de rebajas

1. Las ventas en rebajas podrán tener lugar en los periodos estacionales de mayor interés comercial según el criterio de cada comerciante.

2. La duración de cada período de rebajas será decidida libremente por cada comerciante.

Además el artículo 34.1 de la ley 16/1999 incide sobre lo mismo:

Artículo 34. Ventas en rebajas.

1. (...), correspondiendo a cada comerciante decidir libremente los periodos estacionales en que podrán tener lugar así como su duración.

Con lo que ya no resulta obligatorio que las rebajas se circunscriban sólo a los periodos comprendidos entre el 1 de enero y el 31 de marzo o el 21 de junio y el 21 de septiembre, así mismo no se establece ninguna limitación para la duración de las mismas, sin embargo se mantiene la obligación de anunciar la duración de las rebajas según se establece en el artículo 19 de la ley 7/1996:

Artículo 19.

Información

1. En los anuncios de las ventas a las que se refiere el artículo anterior deberá especificarse la duración y, en su caso, las reglas especiales aplicables a las mismas.

(...)

y en el segundo párrafo del artículo 34.1 de la ley 16/1999:

Artículo 34. Ventas en rebajas.

1. (...).

En todo caso, las fechas de las rebajas elegidas deberán exhibirse en los establecimientos comerciales en sitio visible al público, incluso cuando permanezcan cerrados.

La constancia de la reducción de precios en las rebajas viene establecida en el artículo 20 de la ley 7/1996 y es extensiva a todos los artículos rebajados ya estén situados en el escaparate como en el interior del local:

Artículo 20.

Constancia de la reducción de precios

1. Siempre que se oferten artículos con reducción de precio, deberá figurar con claridad, en cada uno de ellos, el precio anterior junto con el precio reducido, salvo en el supuesto de que se trate de artículos puestos a la venta por primera vez.

Se entenderá por precio anterior, el menor que hubiese sido aplicado sobre productos idénticos en los treinta días precedentes.

2. En ningún caso, la utilización de las actividades de promoción de ventas podrá condicionarse a la existencia de una reducción porcentual mínima o máxima.»

y en el artículo 34.3 de la ley 16/1999

Artículo 34. Ventas en rebajas.

(...)

3. En todo caso, las reducciones de los precios se consignarán exhibiendo junto al precio anterior el precio rebajado de los mismos productos comercializados en el establecimiento.

La especificación del concepto precio anterior es determinante a la hora de comprobar si la publicidad sobre los precios es veraz o están induciendo a engaño al consumidor. Este concepto de precio anterior será el que se aplicará en caso de que se realice la comprobación del mismo (ver preguntas 5 y 6 de la ficha técnica). Para ello el inspector solicitara información sobre el precio que ha tenido uno o varios artículos durante el mes anterior al inicio de la promoción y comprobará la corrección del precio anterior. En el caso de que el precio se haya inflado con objeto de hacer más atractiva la promoción será sancionado por Incumplimiento del

deber de veracidad informativa recogida en el artículo 50.3 de la ley 11/1998 ya que no cumple con lo establecido en los artículos 13.1 y 17.1 de la ley 11/1998 y 20.1 de la ley 7/1996.

En el artículo 19.2, se indica también:

Artículo 19.

Información

(...)

2. Cuando las ofertas especiales no comprendan, al menos, la mitad de los artículos puestos a la venta, la práctica de promoción de que se trate no se podrá anunciar como una medida general, sino referida exclusivamente a los artículos o sectores a los que realmente afecte.

(...)

En el caso de que se ofrezcan simultáneamente artículos rebajados y no rebajados se aplicará el artículo 21 (y en el 34.2 de la ley 16/1999):

Artículo 21.

Determinación de los artículos ofertados

En el caso de que se oferten artículos a precio normal y a precio reducido, unos y otros deberán estar suficientemente separados, de forma que no pueda, razonablemente, existir error entre los que son objeto de una u otra oferta, distinguiendo, en su caso, la existencia de rebajas, saldos, liquidaciones, promociones u obsequios.

Artículo 34. Ventas en rebajas.

(...)

2. En el supuesto de que las ofertas en rebajas no afecten a la totalidad de los productos comercializados, los rebajados estarán debidamente identificados y diferenciados del resto.

Por último los artículos rebajados han de cumplir con la garantía de calidad establecida en el artículo 26.2:

Calidad de los productos rebajados

(...)

2. Especialmente, queda prohibido ofertar, como rebajados, artículos deteriorados.

Ventas de promoción. Ofertas

Se comprobará si se ofrece información suficiente sobre las condiciones aplicables a cada modalidad de contratación que se oferte en el establecimiento, especialmente en el caso de ofertas promocionales que van ligadas a algún periodo de permanencia, en cuyo caso se deberá informar de que ocurre en caso de rescisión de contrato antes de cumplir dicho periodo.

Las ventas en promoción, se rigen por lo establecido en los artículos 18, 19, 20, 21 y 27 de la ley 7/1996; el artículo 32 de la ley 16/1999 y el artículo 37 del decreto 130/2002. Teniendo en cuenta que el artículo 18.4 de la ley 7/1996 manifiesta:

4. Las actividades de promoción de ventas podrán simultanearse en un mismo establecimiento comercial, excepto en los supuestos de venta en liquidación, siempre y cuando exista la debida separación entre ellas y se respeten los deberes de información.»

También cuando nos encontremos con este tipo de ventas podemos realizar la comprobación del precio anterior y procederemos de la misma manera que la que se realizó en rebajas.

La información que se debe proporcionar en la venta de promoción se recoge tanto en la ley 16/1999 como de manera más desarrollada en el artículo 37 del decreto 130/2002, en concreto:

Artículo 37.

Deber de información

1. La venta de promoción deberá ir precedida o acompañada de la suficiente información al público, en la que deberá figurar con claridad:

- a) El producto o productos objeto de promoción.
- b) Las condiciones de venta.
- c) El período de vigencia de la promoción.
- d) Disponer de existencias suficientes para hacer frente a la oferta, para lo cual la empresa promocionadora dispondrá de un número de productos razonablemente superior a lo que habitualmente vende cuando éstos no están en promoción.

Si llegaran a agotarse durante la promoción las existencias de alguno de los productos ofertados, el comerciante podrá prever el compromiso de la reserva del producto seleccionado durante un plazo determinado, en las mismas condiciones y precio de la oferta. No obstante, si el comprador no estuviese conforme con dicha medida, o transcurriese el plazo de la reserva sin que el comerciante hubiese podido atender la demanda, el producto solicitado deberá sustituirse por otro de similares condiciones y características, al mismo precio.

2. En el establecimiento en el que se desarrollan las ventas de promoción, deberá figurar la información del apartado anterior, con total claridad y ubicado en sitio perfectamente visible para el público.

En lo relativo a la calidad de los productos comercializados bajo esta modalidad de venta es aplicable lo establecido en el artículo 27.2 de la ley 7/1996:

Artículo 27.

Concepto

(...)

2. Los artículos que vayan a comerciarse como productos en promoción podrán adquirirse con este exclusivo fin, no podrán estar deteriorados, ni tampoco ser de peor calidad que los mismos productos que vayan a ser objeto de futura oferta ordinaria a precio normal.

(...).

Ventas con obsequio

Las ventas con obsequio vienen reguladas en los artículos 32 al 34 de la ley 7/1996, el artículo 33 de la ley 16/1999 y el 39 del decreto 130/2002.

En el caso de las ventas con obsequio los inspectores comprobarán lo establecido en el artículo 39.1 del decreto 130/2002 que establece que:

Artículo 39.

Requisitos, entrega de los obsequios y prohibición de ofertas conjuntas

1. Serán de aplicación a las ventas con obsequio los siguientes preceptos:

- a) Durante el período de oferta de venta con obsequio queda prohibido modificar al alza el precio, así como disminuir la calidad del producto.
- b) El número de existencias con las que cuenta el comerciante para hacer frente a la obligación de entrega de los obsequios, así como las bases por las que se regulan los concursos, sorteos o similares, deberán constar claramente en el establecimiento a disposición del público.
- c) Los bienes o servicios en que consistan los objetos o incentivos promocionales deberán entregarse al comprador al tiempo de la compra, o en plazo máximo de dos meses, a contar desde que el comprador

reúna los requisitos exigidos y éste, en su caso, lo solicitará. Cuando el ofrecimiento se haya hecho en los envases de los correspondientes productos, el derecho a obtener la prima ofrecida podrá ejercerse, como mínimo, durante los tres meses siguientes a la fecha de finalización de la promoción.

d) En el caso de que los obsequios ofrecidos formen parte de un conjunto o colección, la empresa responsable de la oferta estará obligada a canjear cualquiera de aquéllos por otro distinto, a no ser que en la oferta pública del incentivo se haya establecido otro procedimiento para obtener las diferentes piezas de la colección o conjunto.

e) En todo caso, se respetarán los derechos e intereses de los consumidores establecidos en la legislación vigente.

f) La comunicación a cualquier persona que haya resultado agraciada con un premio deberá advertir inexcusablemente que éste no se encuentra condicionado a la adquisición de determinados productos o servicios.

Liquidación

Las ventas en liquidación reguladas por los artículos 30 y 31 de la ley 7/1996 se han visto afectadas por un cambio normativo en lo que se refiere a su duración ya que ahora sólo se contempla que la duración máxima será de un año y no se establece la duración de tres meses en el caso de cese parcial de la actividad.

Los artículos 30 y 31 con la redacción actual son:

Artículo 30.

Concepto

1. Se entiende por venta en liquidación la venta de carácter excepcional y de finalidad extintiva de determinadas existencias de productos que, anunciada con esta denominación u otra equivalente, tiene lugar en ejecución de una decisión judicial o administrativa, o es llevada a cabo por el comerciante o por el adquirente por cualquier título del negocio de aquél en alguno de los casos siguientes:

- a) Cesación total o parcial de la actividad de comercio. En el supuesto de cese parcial tendrá que indicarse la clase de mercancías objeto de liquidación.
- b) Cambio de ramo de comercio o modificación sustancial en la orientación del negocio.
- c) Cambio de local o realización de obras de importancia en el mismo.
- d) Cualquier supuesto de fuerza mayor que cause grave obstáculo al normal desarrollo de la actividad comercial.

2. No podrán ser objeto de este tipo de actividad comercial aquellos productos que no formaran parte de las existencias del establecimiento, o aquellos que fueron adquiridos por el comerciante con objeto de incluirlos en la liquidación misma.

3. En todo caso deberá cesar la venta en liquidación si desaparece la causa que la motivó o si se liquidan efectivamente los productos objeto de la misma.

4. Los anuncios de las ventas en liquidación deberán indicar la causa de ésta.

Artículo 31.

Duración y reiteración

1. La duración máxima de la venta en liquidación será de un año.

2. No procederá efectuar una nueva liquidación en el mismo establecimiento de productos similares a la anterior en el curso de los tres años siguientes, excepto cuando esta última tenga lugar en ejecución de decisión judicial o administrativa, por cesación total de la actividad o por causa de fuerza mayor.

En la normativa autonómica las liquidaciones están reguladas por el artículo 35 de la ley 16/1999 y por los artículos 43, 44 y 45 del decreto 130/2002 estos últimos dicen:

Artículo 43.

Concepto

1. Se entiende por venta en liquidación la venta de carácter excepcional y de finalidad extintiva de determinadas existencias de productos que, anunciada con esta denominación u otra equivalente, tiene lugar en ejecución de una decisión judicial o administrativa, o es llevada a cabo por el comerciante o por adquirente por cualquier título del negocio de aquél en alguno de los casos siguientes:

- a) Cesación total o parcial de la actividad de comercio. En el supuesto de cese parcial tendrá que indicarse la clase de mercancías objeto de liquidación.
- b) Cambio de ramo de comercio o modificación sustancial en la orientación del negocio.
- c) Cambio de local o realización de obras de importancia en el mismo.
- d) Cualquier supuesto de fuerza mayor que cause grave obstáculo al normal desarrollo de la actividad comercial.

2. No podrán ser objeto de este tipo de actividad comercial aquellos productos que no formaran parte de las existencias del establecimiento, o aquellos que fueron adquiridos por el comerciante con objeto de incluirlos en la liquidación misma.

3. En todo caso deberá cesar la venta en liquidación si desaparece la causa que la motivó o si se liquidan efectivamente los productos objeto de la misma.

4. Los anuncios de las ventas en liquidación deberán indicar la causa de ésta.

Artículo 44.

(...)

Artículo 45.

Duración y reiteración

1. La duración máxima de la venta en liquidación será de tres meses, salvo en el caso de cesación total de la actividad, que será de un año.

2. En el curso de los tres años siguientes a la finalización de una venta por liquidación, el vendedor no podrá ejercer el comercio en la misma localidad, sobre productos similares a los que hubiesen sido objeto de liquidación, por cualquiera de los motivos señalados en los párrafos a) y b) del apartado 1 del artículo 43 del presente Decreto.

Tampoco podrá proceder a una nueva liquidación en el mismo establecimiento, excepto cuando esta última tenga lugar en ejecución de una decisión judicial o administrativa, por cese total de la actividad o por causa de fuerza mayor.

Si bien el artículo 45 contradice lo relativo a la duración de las liquidaciones, en este aspecto prima la ley estatal y es por ello por lo que en la ficha no se incluye ya este plazo de tres meses.

Saldos

La venta de saldos se regula principalmente por los artículos 28 y 29 de la ley 7/1996, 38 de la ley 16/1999 y los artículos 46 y 47 del decreto 130/2002, como en los casos anteriores los artículos del decreto 130/2002 son los que desarrollan en mayor medida este tipo de modalidad de venta:

Artículo 46.

Concepto

1. Se considera venta de saldos la de productos cuyo valor de mercado aparezca manifiestamente disminuido a causa de deterioro, desperfecto, desuso u obsolescencia de los mismos.

2. No cabe calificar como venta de saldos la de aquellos productos cuya venta bajo tal régimen implique riesgo o engaño para el comprador, ni la de aquellos productos que no se venden realmente por precio inferior al habitual.

3. Tampoco cabe calificar como venta de saldos la de aquellos productos que no hayan sido puestos a la venta con anterioridad y no pertenecieran al comerciante seis meses antes de la fecha de comienzo de este tipo de actividad comercial, excepción hecha de los establecimientos dedicados específicamente al referido sistema de venta.

4. Los establecimientos dedicados de forma exclusiva a la venta de saldos podrán saldar artículos ajenos y artículos adquiridos específicamente con la finalidad de ser vendidos como saldos o restos, indicando claramente en el exterior su actividad.

Artículo 47.

Deber de información

1. Los comerciantes podrán practicar la venta de saldos, siempre que estén debidamente señalizados y separados del resto de las promociones. Informarán de la duración de los saldos y en el caso de ser permanentes se hará constar tal circunstancia.
2. En la actividad promocional de saldos, se empleará la denominación de saldos o restos y se prestará especial atención a que las sugerencias de la existencia de ventajas económicas para el consumidor, se correspondan con la realidad de los productos objeto del mismo.
3. Si se ofrecen como saldos artículos defectuosos o deteriorados deberá constar expresamente esta circunstancia de manera precisa y ostensible, de forma que sean susceptibles de ser identificados por el consumidor.

Cumplimentación de ficha técnica

Para el desarrollo de las actuaciones se ha previsto dos modelos de ficha técnica, uno para la visita inicial y otro para la visita de comprobación.

En primera vuelta se confeccionarán las fichas técnicas (18/01 PROMO) según las indicaciones establecidas en la hoja de instrucciones de cumplimentación (ver Anexos).

Se levantará acta de inspección cuando se detecte una o más infracciones a la normativa.

Es muy importante que en el acta de inspección lo incorrecto quede claramente identificado.

No deberá figurar ninguna casilla en blanco todas deberán estar marcadas.

En el caso de que se adjunte algún documento al acta de inspección deberá diligenciarse con las firmas del inspector y del inspeccionado. Además, se hará constar en el acta esta circunstancia.

En el caso de realizar visita de comprobación se rellenará la ficha de comprobación (18/01 C-PROM) y sólo se rellenarán aquellos puntos que estuvieran incorrectos en la visita anterior, los aspectos correctos se cumplimentarán con NA en esta ficha de comprobación.

Solicitud de documentación

Se otorgará un plazo de 15 días hábiles para que aporten la documentación requerida que se estime oportuna.

EVALUACIÓN Y REMISIÓN DE RESULTADOS

Una vez finalizadas cada una de las visitas de inspección, los datos de las fichas técnicas serán introducidos en la aplicación de gestión de expedientes en sigsa.red, a la mayor brevedad posible para proceder a su posterior evaluación.

(18/01 PROMO) FICHA DE CONTROL ACTIVIDADES PROMOCIÓN DE VENTAS
(18/01 PROMO) y (18/01 C-PROM)

VENTA EN REBAJAS		SI	NO	NA
01	Se anuncian rebajas en el establecimiento	☐	☐	☐
02	Se exhiben las fechas de las rebajas elegidas en sitio visible al público incluso cuando el establecimiento se encuentre cerrado	☐	☐	☐
03	Se exhiben los precios anterior y rebajado de los artículos rebajados que se exhiben en el escaparate	☐	☐	☐
04	Se exhiben los precios anterior y rebajado de los artículos rebajados que se exhiben en el interior del establecimiento	☐	☐	☐
05	Se realiza la comprobación del precio anterior	☐	☐	☐
06	El precio anterior es siempre correcto	☐	☐	☐
07	Si los artículos rebajados son menos de la mitad de los puestos a la venta, las rebajas se anuncian referidas exclusivamente a los artículos rebajados.	☐	☐	☐
08	Si las rebajas no afectan a la totalidad de los productos, los que están rebajados están totalmente identificados.	☐	☐	☐
09	Los artículos rebajados están en perfectas condiciones –no deteriorados	☐	☐	☐

VENTAS DE PROMOCIÓN. OFERTAS		SI	NO	NA
10	Se anuncian ofertas o promociones en el establecimiento	☐	☐	☐
11	La actividad que anuncia corresponde con la que realmente realiza	☐	☐	☐
12	Figura con claridad la información sobre el producto objeto de la promoción u oferta de forma visible al público	☐	☐	☐
13	Figura con claridad la información sobre las condiciones de venta de forma visible al público	☐	☐	☐
14	Figura con claridad la información sobre el periodo de vigencia de la promoción u oferta de forma visible al público	☐	☐	☐
15	Ausencia de ofertas conjunta de productos con vulneración del artículo 34 de la ley 7/96	☐	☐	☐
16	Si la oferta conlleva una reducción de precio de los artículos, figura el precio anterior junto con el precio reducido	☐	☐	☐
17	Se realiza la comprobación del precio anterior	☐	☐	☐
18	El precio anterior es siempre correcto	☐	☐	☐
19	Disponen de existencias de los artículos ofertados	☐	☐	☐
20	Figura con claridad y en lugar perfectamente visible para el público la información del artículo 37.1 del Decreto 130/2002	☐	☐	☐
21	Los artículos en promoción están en perfectas condiciones –no deteriorados	☐	☐	☐

VENTAS CON OBSEQUIO		SI	NO	NA
22	Se anuncian ventas con obsequio en el establecimiento	☐	☐	☐
23	La actividad que anuncia corresponde con la que realmente realiza	☐	☐	☐
24	Figura con claridad la información sobre el periodo de vigencia de la promoción u oferta de forma visible al público	☐	☐	☐
25	El número de existencias figura claramente en el establecimiento a disposición del público	☐	☐	☐
26	Cumple con el resto de requisitos establecidos en el artículo 39.1 del decreto 130/2002	☐	☐	☐

LIQUIDACIÓN		SI	NO	NA
27	Se anuncia "LIQUIDACIÓN" en el establecimiento	☐	☐	☐
28	La actividad que anuncia con la denominación de liquidación u otra equivalente se corresponde con la que realmente realiza	☐	☐	☐
29	Si la liquidación conlleva una reducción de precio de los artículos, figura el precio anterior junto con el precio reducido	☐	☐	☐
30	Los anuncios de liquidación indican la causa	☐	☐	☐
31	Figura con claridad la información sobre el periodo de vigencia de la venta en liquidación de forma visible al público	☐	☐	☐
32	La duración de la liquidación es como máximo de un año	☐	☐	☐

SALDOS		SI	NO	NA
33	Se anuncian "SALDOS" en el establecimiento	☐	☐	☐
34	La actividad que anuncia corresponde con la que realmente realiza	☐	☐	☐
35	Si son saldos permanentes se anuncia esta circunstancia	☐	☐	☐
36	Si la oferta conlleva una reducción de precio de los artículos, figura el precio anterior junto con el precio reducido	☐	☐	☐
37	Los saldos están debidamente señalizados y separados del resto de las promociones	☐	☐	☐
38	Se informa de la duración del saldo en caso de saldos de carácter temporal	☐	☐	☐
39	Si son artículos deteriorados o defectuosos se hace constar tal circunstancia de forma fácilmente identificable para el consumidor	☐	☐	☐

INSTRUCCIONES DE CUMPLIMENTACIÓN DE LA FICHA

- 01:** Se contestará **SI** o **NO** según corresponda. Esta cuestión es informativa, si la respuesta fuera negativa se contestaría como **NA** el resto de preguntas del módulo, es decir desde la pregunta **02** hasta la **09**.
- 02:** Se contestará **SI** o **NO** según corresponda, se contestará **NA** cuando la respuesta a la pregunta **01** haya sido **NO**.
- 03:** Se contestará **SI** o **NO** según corresponda, se contestará **NA** cuando la respuesta a la pregunta **01** haya sido **NO** o no disponga de escaparte o no exhiba en el escaparte artículos.
- 04:** Se contestará **SI** o **NO** según corresponda, se contestará **NA** cuando la respuesta a la pregunta **01** haya sido **NO**.
- 05:** Se contestará **SI** o **NO** según corresponda. Esta cuestión es informativa.
- 06:** Se contestará **SI** o **NO** según corresponda, se contestará **NA** cuando la respuesta a la pregunta **05** haya sido **NO** o **NA**.
- 07:** Se contestará **SI** o **NO** según corresponda, se contestará **NA** cuando la respuesta a la pregunta **01** haya sido **NO** o cuando las rebajas afecten a más de la mitad de los productos.
- 08:** Se contestará **SI** o **NO** según corresponda, se contestará **NA** cuando la respuesta a la pregunta **01** haya sido **NO** o cuando las rebajas afecten a la totalidad de los productos.
- 09:** Se contestará **SI** o **NO** según corresponda, se contestará **NA** cuando la respuesta a la pregunta **01** haya sido **NO**.
- 10:** Se contestará **SI** o **NO** según corresponda. Esta cuestión es informativa
- 11-16:** Se contestará **SI** o **NO** según corresponda, se contestará **NA** cuando la respuesta a la pregunta **10** haya sido **NO**.
- 17:** Se contestará **SI** o **NO** según corresponda. Esta cuestión es informativa.
- 18:** Se contestará **SI** o **NO** según corresponda, se contestará **NA** cuando la respuesta a la pregunta **17** haya sido **NO** o **NA**.
- 19-21:** Se contestará **SI** o **NO** según corresponda, se contestará **NA** cuando la respuesta a la pregunta **10** haya sido **NO**.
- 22:** Se contestará **SI** o **NO** según corresponda. Esta cuestión es informativa
- 23:** Se contestará **SI** o **NO** según corresponda.
- 24-26:** Se contestará **SI** o **NO** según corresponda, se contestará **NA** cuando la respuesta a la pregunta **22** y/o **23** haya sido **NO**.
- 27:** Se contestará **SI** o **NO** según corresponda. Esta cuestión es informativa
- 28:** Se contestará **SI** o **NO** según corresponda.
- 29-32:** Se contestará **SI** o **NO** según corresponda, se contestará **NA** cuando la respuesta a la pregunta **27** y/o **28** haya sido **NO** o no se den las circunstancias contempladas en la pregunta.
- 33:** Se contestará **SI** o **NO** según corresponda. Esta cuestión es informativa
- 34:** Se contestará **SI** o **NO** según corresponda.
- 35-39:** Se contestará **SI** o **NO** según corresponda, se contestará **NA** cuando la respuesta a la pregunta **33** y/o **34** haya sido **NO** o no se den las circunstancias contempladas en la pregunta.