

## CAMPAÑAS NACIONALES

**AÑO:** 2021.

**OBJETIVO:** Verificar el cumplimiento de la normativa vigente.

**DENOMINACIÓN:** Control de publicidad de los generadores domésticos de ozono.

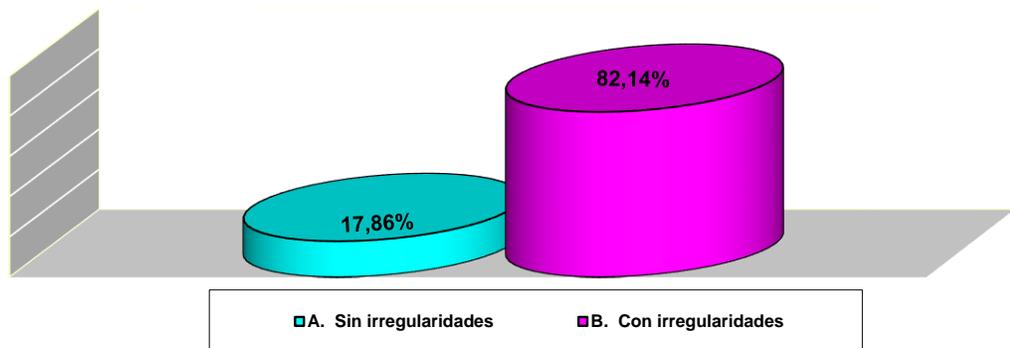
### ELEMENTOS ESENCIALES DE CONTROL:

Control de la publicidad.

ASPECTOS SIGNIFICATIVOS	ACTIVIDADES INSPECTORAS	
	PROGRAMACIÓN	REALIZADO
CC.AA Participantes	Cantabria Galicia Murcia La Rioja C. Valenciana	Cantabria Galicia Murcia La Rioja C. Valenciana
Nº servicios a controlar	55	28

## **A.- ACTUACIONES INSPECTORAS**

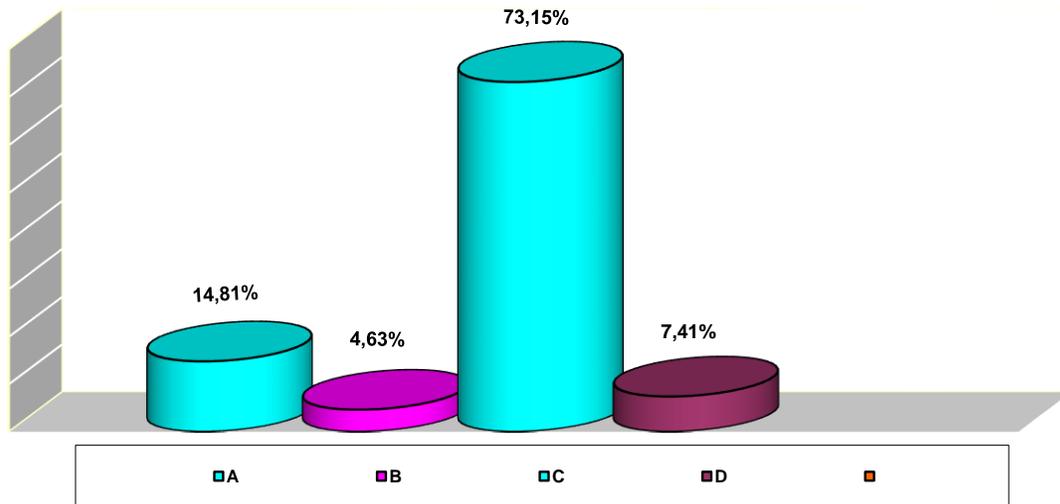
<b>Nº DE PRODUCTOS CONTROLADOS:</b>	<b>28</b>
<b>Nº DE PRODUCTOS SIN IRREGULARIDADES Y % (A):</b>	<b>5 17,86 %</b>
<b>Nº DE PRODUCTOS CON IRREGULARIDADES Y % (B):</b>	<b>23 82,14 %</b>



## B.- ASPECTOS CONTROLADOS E IRREGULARIDADES DETECTADAS

Las actuaciones de la inspección se han centrado en los siguientes aspectos:

- 1.- Prácticas desleales con los consumidores. (16)
- 2.- Consideraciones específicas en la publicidad. (5)
- 3.- Otra información obligatoria. (79)
- 4.- Garantía. (8)



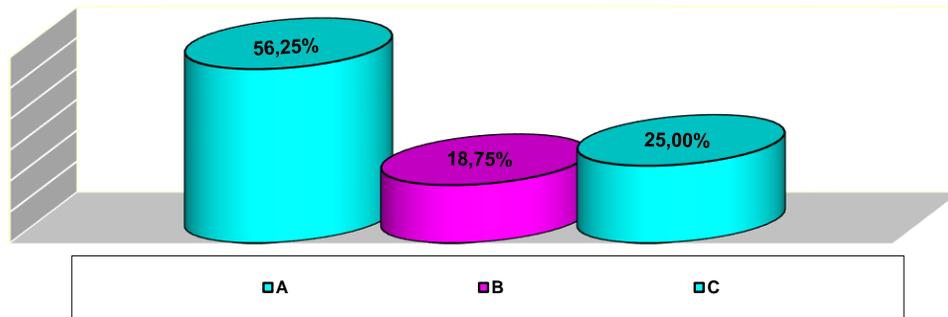
- A.-Prácticas desleales con los consumidores.  
B.-Consideraciones específicas en la publicidad.  
C.-Otra información obligatoria.  
D.-Garantía.

El total de irregularidades ha sido de 108.

## C.- DESGLOSE DE RESULTADOS MÁS SIGNIFICATIVOS

### 1.- PRÁCTICAS DESLEALES CON LOS CONSUMIDORES

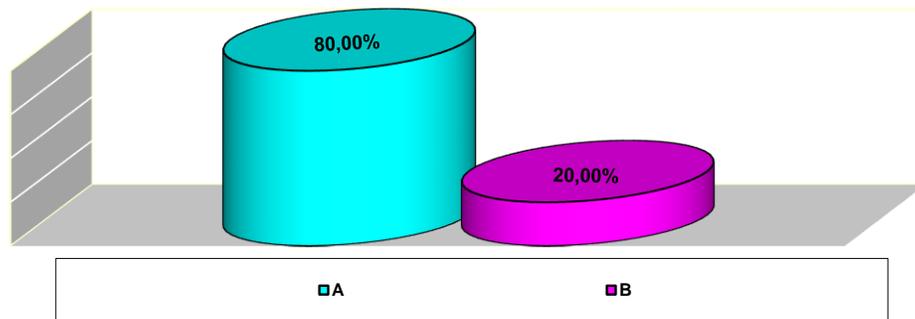
Las irregularidades encontradas en relación con las prácticas desleales con los consumidores, se desglosan de mayor a menor grado en el diagrama siguiente:



- A. No se cumple con la obligación de no emitir publicidad que pueda ser considerada como una práctica comercial desleal por generar engaño mediante actos engañosos. (9)
- B. No se cumple con la obligación de no emitir publicidad que pueda ser considerada como una práctica comercial desleal por generar engaño mediante omisiones engañosas. (3)
- C. No se cumple con la obligación de no proclamar, falsamente, que un bien o servicio puede curar enfermedades, disfunciones o malformaciones. (4)

## **2.- CONSIDERACIONES ESPECÍFICAS EN LA PUBLICIDAD**

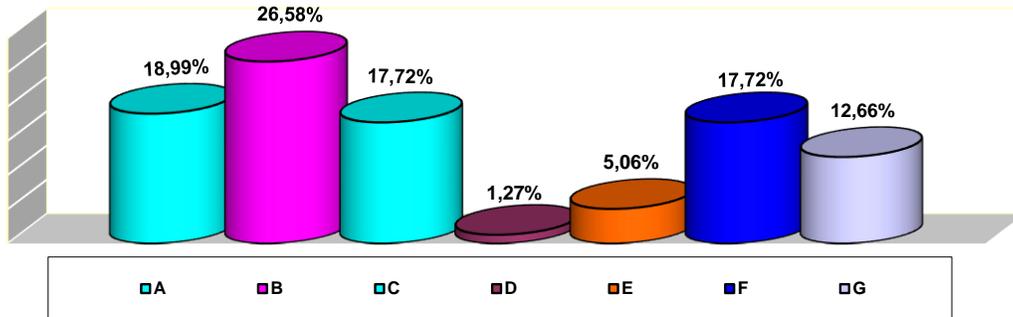
Las irregularidades encontradas en relación con las consideraciones específicas en la publicidad, se desglosan de mayor a menor grado, en el diagrama siguiente:



- A. El establecimiento no dispone de existencias del producto ofertado. (4)  
B. Si el producto se encuentra agotado, no se facilita la reserva del mismo en las mismas condiciones anunciadas. (1)

### 3.- OTRA INFORMACIÓN OBLIGATORIA

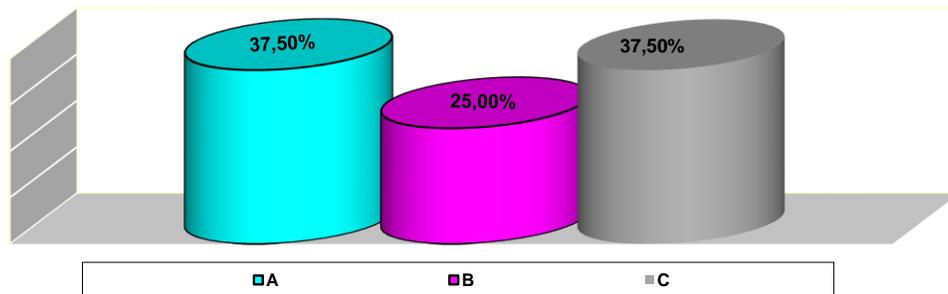
Las irregularidades encontradas en relación con otra información obligatoria, se desglosan de mayor a menor grado, en el diagrama siguiente:



- A. El responsable de la comercialización de la máquina no ha notificado la misma al Ministerio de Sanidad, para que figure en el listado de productos notificados correctamente, según lo dispuesto en el Reglamento 528/2012 y en el Real Decreto 1054/2002 (solo en los supuestos en que la máquina alegue o publicite propiedades biocidas: higienizante, desinfectante, bactericida, virucida). (15)
- B. La máquina no figura en el listado del Ministerio de Sanidad. (21)
- C. En el supuesto de no figurar en la lista, el responsable de la máquina no dispone de documentación que acredite que se ha notificado la máquina al Ministerio de Sanidad. (14)
- D. No figura el P.V.P. del producto visible al público. (1)
- E. No se informa del espacio máximo en que funciona el aparato. (4)
- F. No se informa sobre si el aparato puede estar en funcionamiento en presencia de personas. (14)
- G. No se informa del tiempo máximo de uso del aparato. (10)

## 4.- GARANTÍA

Las irregularidades encontradas en relación con la garantía, se desglosan de mayor a menor grado en el diagrama siguiente:



- A. No se cumple con la obligación de no ofertar el producto con una garantía inferior a dos años. (3)
- B. El vendedor no cumple con la obligación de no derivar a terceros (fabricante, Servicio Técnico, seguros) las obligaciones de atender en garantía durante un plazo de dos años que le son inherentes. (2)
- C. En el caso de ofrecerse garantía comercial, la misma no se entrega por escrito. (3)

## **RECOMENDACIONES**

### **AL CONSUMIDOR:**

El consumidor debe conocer los derechos que le asisten en materia de etiquetado y marcado, para poder hacerlos valer optando por la adquisición de los artículos exclusivamente, en aquellos establecimientos que le garanticen una información correcta y adecuada, así como los productos correctamente etiquetados.

### **AL SECTOR:**

Es necesario que el sector implicado en la fabricación de estos artículos tenga un conocimiento exhaustivo de la normativa aplicable a la actividad desarrollada, a fin de observar un estricto cumplimiento de los requisitos que se le imponen.

Asimismo, los operadores implicados en la comercialización de los mismos a fin de observar un estricto cumplimiento de dicha normativa.

Nota: Información elaborada en el seno de la Comisión de Cooperación de Consumo.