

¿Y esto cuánto vale, por favor?

Indicación de precios

A casi todo el mundo le interesa conocer el precio de lo que va a comprar. Pero muchas veces esta indicación está ausente. Desde 1998 una directiva europea obliga a que los precios aparezcan indicados en todos los productos.



El precio es un factor importante que influye en el momento de hacer la compra de casi cualquier cosa. A veces, incluso, no saber cuánto cuesta un producto puede hacernos desistir de comprarlo.

Queríamos comprobar si se está cumpliendo la legislación y con tal motivo hemos realizado un estudio financiado

(sigue en pág. 32)

NUESTRO ESTUDIO

Para realizar el estudio:

- Seleccionamos 17 capitales de provincia, una por cada comunidad autónoma.
- Visitamos 3.389 secciones de más de 1.000 tiendas de 12 sectores diferentes de actividad: alimentación, bricolaje, CD y DVD, deportes, electrodomésticos, fotografía, droguería, telefonía, textil, TV-vídeo y zapatería.
- Recogimos la información en noviembre de 2005, tanto en el interior como en el exterior de los establecimientos (escaparates).
- Los establecimientos que visitamos fueron hipermercados, supermercados y tiendas especializadas.
- En una fase posterior de nuestro estudio, volveremos a hacer otra encuesta para comprobar si la indicación de precios se mantiene igual, si ha mejorado o empeorado.

Cómo se indican los precios

POR TIPO DE TIENDA

Para realizar nuestro estudio hemos hecho dos grupos con las tiendas visitadas. Por un lado hemos agrupado los hipermercados y supermercados y por otro, las tiendas especializadas.

Así las cosas, la categoría de supermercados e hipermercados presenta mejores datos en todos los sectores sin excepción. Existen diferencias de hasta 32 puntos porcentuales con respecto a las tiendas especializadas. Como ejemplo, el sector de TV y vídeo, que alcanza cifras de cumplimiento de la norma sobre etiquetado del 81%, mientras que en el grupo de las tiendas especializadas el grado de cumplimiento sólo llega al 48%. Los productos de informática, electrodomésticos e higiene personal también están mejor indicados en hipermercados y supermercados.

POR UNIDAD DE MEDIDA

Según define la normativa, el precio por unidad de medida es el precio final, que incluye el IVA y todos los demás impuestos, por un kg, un litro, un metro cuadrado o un metro cúbico del producto o una unidad de producto. La finalidad de esta indicación es que usted pueda comparar el precio de dos productos iguales, pero con envases de distinto tamaño.

Se indicará el precio por unidad de medida:

- en todos los productos que deban llevar una indicación de la cantidad;
- en los productos comercializados por unidades o piezas.

No se indicará el precio por unidad de medida cuando sea idéntico al precio de venta, por ejemplo cuando el envase sea de un kilo.

En la publicidad donde se mencione el precio de venta de un producto, deberá indicarse también el precio por unidad de medida.

Nosotros hemos visitado varias secciones de alimentación (carne, fruterías, charcuterías, productos frescos), bricolaje (barniz), cuidado personal y productos del hogar (detergentes). En todas ellas los resultados han sido malos. Una vez más son las tiendas especializadas las que indican peor los precios. En muchas secciones en el 90% de los casos no está indicado el precio por unidad de medida. Y además, cuando están indicados se leen mal o son poco claros. En los supermercados e hipermercados la situación mejora, aunque dista de ser buena. La sección peor indicada es la de productos frescos: en un 60% de los casos no se indica el precio por unidad de medida.

POR SECTORES

En una tienda que cumple con la legislación sobre indicación de precios, los precios deben estar indicados en todas las secciones.

En nuestro estudio el sector peor parado ha sido la telefonía, que ha quedado en último lugar en todos los tipos de establecimientos visitados.

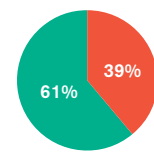
Sólo el 28% de las tiendas del grupo de tiendas especializadas indican los precios. El segundo sector peor valorado ha sido el de alimentación. Sólo un 36% de las tiendas especializadas indican los precios de todos los productos en todas las secciones. En el grupo de supermercados e hipermercados la indicación mejora un poco, en torno al 52%, pero aun así, la cifra no es aceptable.

El sector del bricolaje es el que mejor indica los precios en tiendas especializadas, el 74%. Le sigue el sector textil con un 70%.

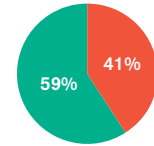
INDICACIÓN DE TODOS LOS PRECIOS EN TODAS LAS SECCIONES

■ Sí ■ No

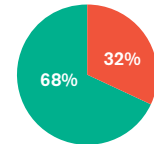
TOTAL DE TIENDAS



EN TIENDAS ESPECIALIZADAS



EN HIPERMERCADOS Y SUPERMERCADOS



LOS PRECIOS EN EL INTERIOR

En general, los establecimientos que hemos visitado no indican los precios en el interior según la normativa vigente. Una cuarta parte de las tiendas incumple la ley. En un 24% de las secciones visitadas no se indicaban los precios de todos los productos y lo que es peor, en un 39% de las tiendas no se indican todos los precios en todas las secciones.

Pero, además de indicar los precios, nos preguntamos si lo hacían como dice la ley, de manera inequívoca y visible, o sea, si los precios son legibles y claros. La respuesta fue más positiva. Cuando los precios estaban indicados, en el 90% de los casos eran legibles e inequívocos. El dato indica que los comerciantes, una vez indicado el precio, se esfuerzan por ponerlo claro. Y ¿cómo se indican los precios? La ley no dice nada al respecto. Nosotros hemos comprobado una clara preferencia por indicarlo sobre el propio producto, después sobre el lineal y en tercer lugar, bastante alejado, se sitúa la lista de precios.

LOS PRECIOS EN LOS ESCAPARATES

Para atraer al cliente no hay nada más efectivo que tener un buen escaparate, eso sí, con los precios bien indicados.

Nos dimos una vuelta por las tiendas para ver si efectivamente estaban los precios en el exterior. Y los resultados fueron decepcionantes.

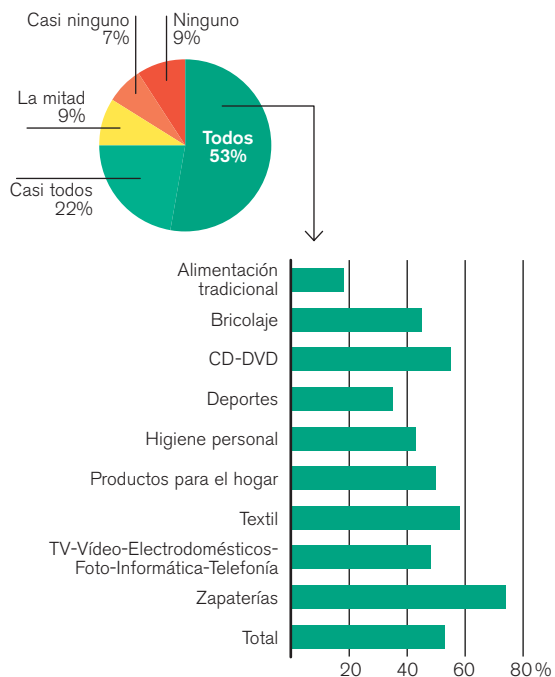
Si en el interior la indicación de precios llegaba al 61%, en los escaparates sólo alcanza al 53% de los casos. Y es que en la mayoría de las tiendas se utiliza el escaparate como reclamo y se olvida que la indicación del precio es un derecho del consumidor.

Lo único que nos quedaba era el consuelo de comprobar si los precios, cuando se indican, son legibles y si se prestan o no a confusión.

Más del 90% de los precios indicados son legibles y en más del 95% resultan inequívocos. En cuanto a la manera de indicarlos, la primera opción sigue siendo en el propio producto y, a mucha distancia, en una lista de precios.

En cuanto a sectores, sólo las zapaterías con un 74% superan con mucho el bajo porcentaje global (53%), y, además, en este sector es donde hemos encontrado los precios más claros y legibles. En el polo opuesto, las tiendas de alimentación tradicional, que sólo indican los precios en un 18% de los casos.

¿ESTÁN TODOS LOS PRECIOS EN LOS ESCAPARATES?



¿Y EN EUROPA QUÉ?

España ocupa, junto con Portugal, el último puesto en cuanto a porcentaje de tiendas (53%) que indican los precios en los escaparates.

En cuanto a indicación de precios en el interior España se sitúa en los vagones de cola, sólo por delante de Italia, que consigue el dudoso honor de ser el país que peor indica los precios en el interior de los establecimientos.

En general, los resultados son peores en los supermercados e hipermercados en todos los países de la encuesta, si bien en España ocurre justo lo contrario, son las tiendas especializadas las que obtienen los peores resultados.

Tres sectores, electrodomésticos, higiene personal y telefonía, ofrecen en España los peores datos en comparación con los otros países del estudio.

Como datos globales destacados en los cuatro países de nuestra encuesta:

- El sector que más incumple, en general, es el alimentario.
- Los escaparates peor indicados pertenecen a los sectores de cuidado personal y productos para la casa.
- Los productos con precios mejor indicados son los zapatos en los escaparates y la ropa, tanto en el interior de las tiendas especializadas como en los escaparates.

TIENDAS DONDE TODOS LOS PRECIOS ESTÁN INDICADOS EN TODAS LAS SECCIONES (%)

SECTOR	Tiendas especializadas				Hipermercados y supermercados			
	Bélgica	España	Italia	Portugal	Bélgica	España	Italia	Portugal
Alimentación	72	37	36	53	77	53	56	61
Bricolaje	74	74	40	50	n.p.	n.p.	n.p.	n.p.
CD-DVD	64	63	63	78	47	78	61	80
Deportes	74	50	46	60	n.p.	n.p.	n.p.	n.p.
Electrodomésticos	96	49	59	72	77	74	84	100
Fotografía	85	60	78	76	77	71	78	100
Higiene personal	59	51	59	70	73	73	73	68
Infomática	75	49	63	79	71	69	72	100
Productos para el hogar	80	68	60	49	78	74	71	70
Telefonía	65	28	55	67	60	50	n.p.	100
Textil	90	70	67	78	77	80	47	73
TV-vídeo	75	49	58	69	67	81	68	100

Destacan positivamente

Destacan negativamente

LAS OFERTAS: TAMBIÉN MAL

En más del 50% de las secciones visitadas nos hemos encontrado con algún producto que estaba de oferta. Una cifra significativa como para tenerla en cuenta en nuestro estudio. Primero de todo veamos qué es una oferta: Es una venta que se realiza por un precio inferior o en condiciones más favorables que las habituales.

La indicación de precios en oferta también está regulada por ley en los siguientes términos:

- Siempre que se oferten artículos con reducción de precio, deberá figurar también con claridad el precio anterior, salvo que se trate de artículos puestos a la venta por primera vez.
- Si se trata de una reducción porcentual de un conjunto de artículos, bastará con su anuncio genérico, sin necesidad de indicarla

individualmente en cada artículo.

- En más de un 70% de las secciones no se indica el precio habitual de los productos en oferta, una información a la que el consumidor tiene derecho. Ningún tipo de establecimiento lo hace bien ni en un 30% de las secciones. Aunque las tiendas especializadas lo hacen mejor en general, gracias al sector del bricolaje. Otras varias secciones no llegan al 20%: electrodomésticos (11%), higiene, hogar, telefonía y TV (todos en torno al 18%). En los supermercados e hipermercados todas las secciones superan el 20%, excepto TV, que tiene el peor dato (18%).
- En cuanto a los precios en oferta por unidad de medida, siguen la misma tónica. Las tiendas especializadas sólo cumplen en un 24%, mientras que los

supermercados e hipermercados lo hacen en un 35%.

- Por sectores, y en las tiendas especializadas, destaca la higiene personal (6%) por sus datos negativos y el sector del bricolaje en lo positivo (64%).

En los supermercados e hipermercados destaca el sector de la higiene personal en lo positivo con un porcentaje que roza el 57%.

- En los escaparates hemos encontrado muchas menos ofertas, sólo un 29%.

Los sectores que peor indican los precios en promoción en sus escaparates son la higiene personal y los productos para el hogar.

La sorpresa la hemos encontrado en el sector de la alimentación, que indica mucho mejor el precio de los productos en oferta en los escaparates que en el interior.

(viene de pág. 29)

por la Comisión Europea en cuatro Estados miembros de la Unión Europea, Bélgica, España, Italia y Portugal, en colaboración con las asociaciones de consumidores que, junto con la OCU, forman el grupo Euroconsumers.

Precios inequívocos por ley

El precio de venta es el precio final de una unidad o de una cantidad determinada del producto, incluidos el Im-

puesto sobre el Valor Añadido (IVA) y todos los demás impuestos.

En 1998 el Parlamento Europeo aprobó la Directiva 98/6/CE, relativa a la protección de los consumidores en materia de indicación de precios de los productos comercializados. Ésta y otras directivas que regulan aspectos del mismo tema han sido transpuestas a nuestro ordenamiento jurídico mediante el Real Decreto 3423/2000.

La indicación del precio es un derecho del consumidor y la ley dice claramente que es obligatorio indicar el precio de venta y el precio de la unidad de medida de todos los productos expuestos para la venta. También dice que los precios deberán ser “inequívocos, fácilmente identificables y claramente legibles”. Es decir, visibles para el consumidor sin necesidad de tener que solicitarlos. Con ello se contribuye a mejorar la información que recibe el consumidor, que puede analizar y comparar el precio de los productos y elegir lo que más le conviene.

El control del cumplimiento de esta normativa corresponde a las Comunidades Autónomas y la inspección debe hacerse en los lugares de venta al consumidor final. ■

LOS PRECIOS SE INDICAN DE MANERA DEFICIENTE

La actual legislación sobre indicación de precios es clara y concisa, por lo que los incumplimientos no pueden deberse a interpretaciones erróneas. La indicación es una obligación legal y el comerciante no puede servirse de ella según su propia conveniencia. En general, ningún tipo de establecimiento cumple la normativa. Aun así, los que más cumplen son los supermercados y grandes superficies. Por sectores, la telefonía y la alimentación son los que peor indican los precios. La indicación de precios en los establecimientos españoles deja

bastante que desear y si es mala en el interior, aún es peor en los escaparates. La indicación por unidad de medida es todavía más deficiente. Las deficiencias de indicación se refieren casi siempre a la ausencia de la propia indicación y no a la manera de indicar los precios. Los precios, cuando se indican, son legibles y claros. Por todo ello, le recordamos que, como consumidor, tiene derecho a conocer el precio final de todos los productos expuestos en las tiendas. Si en algún establecimiento no encuentra indicados los precios, exija su derecho a la información.