



*hablamos de ...*

## *prácticas comerciales*

Se consideran prácticas comerciales de los empresarios con los consumidores y usuarios todo acto, omisión, conducta, manifestación o comunicación comercial (incluida la publicidad y la comercialización) directamente relacionada con la promoción, la venta o el suministro de un bien o servicio, con independencia de que sea realizada antes, durante o después de una operación comercial.

**Información de interés  
para conocer mejor  
tus derechos como usuario  
ante las prácticas  
comerciales desleales**



**CERCA**



**AYUNTAMIENTO  
DE ALICANTE**

# ¿Cuándo se considera desleal una práctica comercial?

Cuando el acto, por omisión o conducta, se realiza de forma agresiva o engañosa:

1. Sin diligencia profesional por parte del empresario, es decir, sin el comportamiento honesto que se espera del mismo.
2. De modo contrario a la buena fe del consumidor.
3. Sin facilitar la información necesaria, o cuando la misma no es veraz o suficientemente clara y por ello el consumidor toma una decisión que en otro caso no habría adoptado.

## Prácticas comerciales agresivas

Una práctica comercial es agresiva cuando la actuación empresarial incide en la libertad de elección o conducta del consumidor en relación al bien o servicio y, por consiguiente, afecta o puede afectar a su comportamiento económico:

- Por coacción (intimidación) para la adquisición de bienes o servicios.
- En relación directa con los menores de edad.
- Por acoso (insistencia exagerada).

Por ejemplo, las visitas presenciales en nuestro domicilio ignorando las peticiones de que abandonen nuestra casa. El consumidor tiene derecho a no ser molestado con ofertas persistentes, por teléfono, fax, correo electrónico u otros medios de comunicación a distancia.



El consumidor tiene derecho a darse de baja y evitar la publicidad de las empresas de las cuales no es cliente o no haya facilitado su consentimiento expreso. Puede ejercitar este derecho de exclusión publicitaria en [www.listarobinson.es](http://www.listarobinson.es)

# Prácticas comerciales engañosas. 1

Cualquier conducta que contenga información falsa o información que, aun siendo verdadera, por su contenido o presentación pueda inducir a error a los consumidores. Las prácticas comerciales engañosas pueden ser también por omisión cuando no se facilitan datos fundamentales para la toma de decisión del consumidor.

Las prácticas comerciales engañosas entre otras son las siguientes:

## 1. Las que generan confusión en los consumidores.

Cuando se induce de manera deliberada al consumidor o usuario a creer que bienes o servicios similares proceden de un determinado empresario cuando no es cierto.

## 2. Las relacionadas con los códigos de conducta.

Cuando se afirme sin ser cierto que el empresario está adherido a un código de conducta, que tiene la autorización y aprobación de un organismo público o su acreditación. Por ejemplo la utilización de un sello de calidad o confianza sin la correspondiente autorización.



# Prácticas comerciales engañosas. 2

## 3. Las prácticas “señuelo”.

- Cuando el bien o servicio ofertado no existe durante tiempo suficiente y en cantidades razonables, sin estar recogidos estos datos en el mensaje publicitario.
- Realizar una oferta de un determinado precio, producto o servicio y ofrecer o suministrar otros diferentes en su lugar.
- Las ventas en liquidación cuando el empresario las utilice como señuelo, sin ser cierto que tenga previsto cesar en su actividad o trasladarse.
- Las prácticas comerciales que ofrezcan un premio, de forma automática, o en un concurso o sorteo, sin conceder después los premios descritos u otros de calidad y valor equivalente.
- Exigencia en el precio tras haber anunciado un bien o servicio como “gratis”, “regalo”, “sin gastos” o cualquier fórmula equivalente.
- Crear la impresión falsa en el consumidor de la existencia de premio o ventaja con la realización de un acto determinado o mediante el pago de cantidad determinada.



# Prácticas comerciales engañosas. 3

## 4. Las relativas a la naturaleza, disponibilidad y servicio postventa.

- Cuando se afirma o da la impresión de que se puede comercializar legalmente un bien o servicio sin ser cierto.
- Minimizando el azar para la obtención de premios en los juegos
- Alegaciones falsas sobre propiedades curativas.
- Cuando se induce al consumidor o usuario a la adquisición de un producto o servicio afirmando su disponibilidad en un periodo limitado de tiempo, privándole del tiempo suficiente para tomar una decisión fundada.
- Servicio postventa en idioma diferente de la operación comercial.
- Impresión falsa de disponibilidad de servicio postventa en un Estado miembro distinto de aquel en el que se ha contratado su suministro.



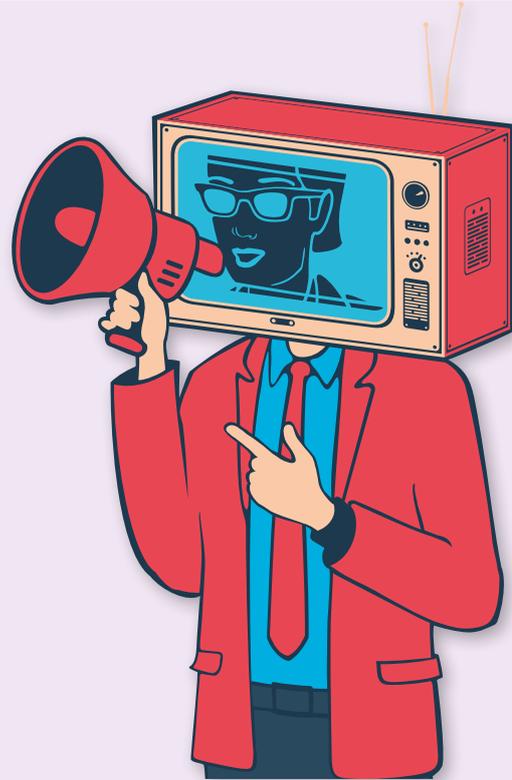
# Prácticas comerciales engañosas. 4

## 5. Prácticas encubiertas

Cuando se incluye en los medios de comunicación información pagada por una empresa **sin que aparezca claramente que se trata de contenido publicitario.**

## 6. La venta piramidal

La creación, dirección o promoción de un plan de venta piramidal en la que se precisa realizar una contraprestación a cambio de una compensación derivada de la entrada de otros consumidores o usuarios y no de la venta o suministro de bienes o servicios.



# Prácticas comerciales engañosas. 5

## 7. Otras prácticas engañosas

- Utilizar el cumplimiento de la legislación como argumento de venta o característica distintiva en la oferta.
- Las afirmaciones falsas sobre la seguridad o peligro en la no adquisición de bienes o servicios.
- La información no veraz o inexacta sobre la existencia de un bien o producto en el mercado con la finalidad de inducir a la contratación en condiciones menos favorables.
- Cuando en los documentos de comercialización se incluye factura dando al consumidor la impresión de que ha realizado la contratación de un servicio o la adquisición de un producto.
- Cuando un comerciante de presenta ante un consumidor ocultando su condición empresarial y abusando así de la buena fe del consumidor.

Las prácticas comerciales desleales van contra los legítimos intereses económicos y sociales del consumidor medio y suponen una infracción en materia de consumo al estar expresamente tipificadas en la legislación y ser objeto de reclamación.



*estamos aquí para informarte, estamos para ayudarte*

Si te interesa el tema y quieres saber más, contacta con nosotros. Somos **CERCA** y te acompañamos en la formación en materia de consumo para ayudarte en tu día a día.



**CERCA**

**CENTRO EDUCATIVO DE RECURSOS DE CONSUMO  
ALICANTE**

C/ Calderón de la Barca • Mercado Central

 [cerca.alicante.es](http://cerca.alicante.es)  [cerca@alicante.es](mailto:cerca@alicante.es)  965 145 294



cercalicante



**AYUNTAMIENTO  
DE ALICANTE**