

## EVALUACIÓN DE LA CAMPAÑA DE CONTROL GENERAL DE ESTABLECIMIENTOS 2021

### INTRODUCCIÓN

Esta campaña constituye la principal campaña de continuidad y constituye la base de las actuaciones que realizan los departamentos de consumo de los Distritos de Madrid.

Los establecimientos controlados durante la campaña han sido de cualquier tipo de establecimientos a los que le es aplicable la normativa de consumo y que no han sido objeto de un control específico durante el año.

### OBJETIVOS

Los objetivos de la campaña fijados en el protocolo de actuación son:

- Verificar el cumplimiento de las obligaciones documentales de los establecimientos.
- El control sobre aspectos generales de la publicidad.
- Comprobación del cumplimiento de la normativa general en lo relativo a la exhibición de precios, y de anuncio y tenencia de hojas de reclamaciones.
- Asegurar el cumplimiento, en lo relativo a los derechos de las personas consumidoras, de obtener un documento justificativo de la transacción efectuada y a que se cumplan las prescripciones generales relativas a las garantías de los productos.

### 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, y sus modificaciones.
- Ley 29/2009, de 30 de diciembre, por la que se modifica el régimen legal de la competencia desleal y de la publicidad para la mejora de la protección de los consumidores y usuarios.
- Real Decreto 3423/2000, de 15 de diciembre, que regula la indicación de los precios de los productos ofrecidos a los consumidores y usuarios.
- Ley 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista.



- Ley 16/1999, de 29 de abril, de comercio interior de la Comunidad de Madrid.
- 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.
- Real Decreto 1468/1988, de 2 de diciembre, que aprueba el reglamento de etiquetado, presentación y publicidad de los productos industriales destinados a la venta directa de los consumidores.
- Real Decreto 928/1987, de 5 de junio, relativo al etiquetado de composición de productos textiles. Y Real Decreto 396/1990, de 16 de marzo, que modifica el Real Decreto anterior.
- Orden de 15 de febrero de 1990, por la que se establece la normativa para el etiquetado informativo de los artículos de marroquinería, viaje y guarnicionería.

## EJECUCIÓN DE LA CAMPAÑA

La Campaña de Control General de Establecimientos ha sido efectuada durante todo el año 2021 por los Inspección Técnica de Calidad y Consumo del Ayuntamiento de Madrid en establecimientos ubicados en el término municipal de la capital.

Se han realizado un total de 2570 inspecciones, de las cuales 1640 han sido en primera visita y 930 han sido visitas de comprobación.

En los 1760 establecimientos controlados se han registrado irregularidades en 997 el 60,8% de los mismos.

En las 930 visitas de comprobación una vez realizada la misma se ha comprobado que se subsanaban las deficiencias en 793 ocasiones, lo que supone que en el 85,3% de los casos se ha corregido la irregularidad detectada, quedando el índice global final de infracciones reducido al 16,4%.

### Información de Firmantes del Documento



MARIA DEL CARMEN REBOLLO SANCHEZ - DIRECTORA GENERAL  
URL de Verificación: [https://intranet.madrid.es/VECSV\\_WBCONSULTAINTRA/VerificarCove.do](https://intranet.madrid.es/VECSV_WBCONSULTAINTRA/VerificarCove.do)

Fecha Firma: 28/03/2022 09:02:45  
CSV : 1A11TGKVAD1G42AM



**RESULTADOS**

INSPECCIONES TOTALES (1º Y 2ª VISITA)	2.570
ESTABLECIMIENTOS INSPECCIONADOS (1ª VISITA)	1.640
ESTABLECIMIENTOS CON IRREGULARIDADES	997 (60,8%)
OBSTRUCCIONES O NEGATIVAS	7 (0,4%)

<b>DOCUMENTACIÓN</b>	<b>%SI</b>	<b>%NO</b>
Exhibe el cartel con el NDP del establecimiento	84,3	15,7
Dispone de documento acreditativo que autorice el ejercicio de la actividad	74,9	25,1
<b>HORARIO</b>	<b>%SI</b>	<b>%NO</b>
Tiene expuesto el horario de atención al público en lugar visible desde el exterior incluso estando cerrado el establecimiento	90,8	9,2
<b>PUBLICIDAD E INFORMACIÓN</b>	<b>%SI</b>	<b>%NO</b>
La publicidad y la información exhibida no inducen a error o a engaño a las personas consumidoras	74,7	25,3
Facilitan la información precontractual obligatoria en su caso	77,4	22,6
<b>EXHIBICIÓN DE PRECIOS</b>	<b>%SI</b>	<b>%NO</b>
Se exhiben los precios de venta de los artículos expuestos en el escaparate, cuando disponga del mismo (n=1187)	73,2	26,8
Se exhibe el precio total de venta de todos los productos puestos a disposición de las personas consumidoras en el interior del establecimiento	82,7	17,3
Se exhibe el precio por unidad de medida de aquellos artículos que deban llevarlo (n=437)	89,9	10,1
Exhiben, en su caso, de forma visible las tarifas de precios de los servicios ofertados (n=529)	81,7	18,3
Están correctamente anunciados los precios de venta en los folletos o en cualquier otra forma de publicidad con indicación de precio (n=543)	89,0	11,0i
Los precios son inequívocos, fácilmente identificables, claramente legibles, situados en el mismo campo visual y son visibles para las personas consumidoras sin necesidad de que se tenga que solicitar dicha información	91,4	8,6
Existe coincidencia entre los precios exhibidos en carteles, lineales, escaparates, folletos y publicidad.	98,8	1,2
Existe coincidencia entre los precios exhibidos y los precios cobrados	99,2	0,8
En caso de contemplar la posibilidad de pago aplazado o financiado (n=36) se informa de:		
-El precio total de adquisición bajo esta forma de pago	94,4	5,6
-El precio total de adquisición al contado	100,0	0,0
-El número total de plazos fijados	100,0	0,0
-La periodicidad de los plazos	100,0	0,0

## Información de Firmantes del Documento



<b>MEDIOS DE PAGO ADMITIDOS</b>	<b>%SI</b>	<b>%NO</b>
Se aceptan los medios de pago admitidos legalmente	99,5	0,5
En caso de existir excepciones, se anuncian en el establecimiento y/o documentos contractuales (n=103)	86,4	13,6
Se admiten toda clase de billetes.	98,9	1,1
Se admiten tarjetas de crédito estando anunciadas	99,7	0,3
En caso de existir excepciones estas se anuncian (n=167)	92,8	7,2
<b>INFORMACIÓN Y DOCUMENTACIÓN JUSTIFICATIVA DEL CONTRATO</b>	<b>%SI</b>	<b>%NO</b>
Se entrega factura o recibo acreditativo del pago efectuado	97,3	2,7
Consta en los documentos anteriores:		
-la identidad personal o social y fiscal del proveedor	88,9	11,1
-la dirección del proveedor	96,9	3,1
-la cantidad abonada	99,8	0,2
-el concepto	98,6	1,4
-la fecha	99,4	0,7
-en su caso, se informa sobre el derecho de desistimiento, indicando sus plazos, condiciones y posibles limitaciones	85,5	14,5
-en su caso figura la fecha en que el empresario se compromete a entregar los bienes o a ejecutar la prestación del servicio	81,5	18,5
Entregan documento sobre las condiciones generales en la prestación o arrendamiento de servicios, cumpliendo la normativa aplicable en su caso	85,4	14,6
Entregan correctamente cumplimentados los resguardos de depósito y/o presupuesto previo en su caso	80,7	19,3
Ausencia de cláusulas abusivas o que induzcan a error en los documentos anteriores u otros	94,2	5,8
<b>GARANTÍAS</b>	<b>%SI</b>	<b>%NO</b>
Se facilita información antes de comprar sobre las garantías (recordatorio de la garantía legal y garantías comerciales) de los artículos que venden	84,0	16,0
Se entrega garantía comercial formalizada por escrito o en cualquier soporte duradero	5,6	
La garantía comercial está correctamente formalizada	93,1	6,9
<b>HOJAS DE RECLAMACIONES</b>	<b>%SI</b>	<b>%NO</b>
Tienen a disposición de los consumidores hojas de reclamaciones	87,9	12,1
Anuncia mediante cartel ajustado al modelo oficial la existencia de las hojas de reclamaciones de modo permanente y perfectamente visible al público	86,9	13,1

## Información de Firmantes del Documento



PRODUCTOS CONTROLADOS 1.980  
 PRODUCTOS CON IRREGULARIDADES 134 (6,8%)

<b>ETIQUETADO PRODUCTO INDUSTRIAL (n=856)</b>	<b>%SI</b>	<b>%NO</b>
Existe etiquetado	93,1	6,9
En el etiquetado figura:		
-Nombre o denominación comercial del producto	98,8	1,2
-nombre o razón social del fabricante, envasador o vendedor establecido en la U.E.	98,5	1,5
-domicilio del fabricante, envasador o vendedor	98,7	1,3
-composición, cuando la aptitud para el consumo o utilización del producto depende de los materiales empleados en su fabricación o sea una característica de su pureza, calidad, eficacia o seguridad	98,6	1,4
-plazo recomendado de uso si con el tiempo pierde alguna cualidad	98,0	2,0
-contenido neto (unidad de masa o volumen, o nº de unidades)	98,2	1,8
-características esenciales del producto, instrucciones, advertencias, recomendaciones de uso, manejo, instalación o mantenimiento	96,6	3,4
-potencia máxima (si utiliza energía eléctrica para su funcionamiento)	91,0	9,0
-tensión de alimentación (si utiliza energía eléctrica para su funcionamiento)	90,9	9,1
-consumo energético (si utiliza energía eléctrica para su funcionamiento)	90,8	9,2
El etiquetado figura con caracteres visibles, indelebles y legibles	99,4	0,6
El etiquetado figura en castellano	95,8	4,2
El artículo presenta alguna deficiencia en cuanto el etiquetado	5,6	94,4
<b>ETIQUETADO DE ARTÍCULOS TEXTILES (n=892)</b>	<b>%SI</b>	<b>%NO</b>
El artículo textil lleva etiquetado	97,4	2,6
En el etiquetado de incluyen los siguientes datos:		
-nombre o razón social o denominación del fabricante, comerciante, o importador	97,2	2,8
-domicilio del fabricante, comerciante o importador	96,4	3,6
-composición del artículo textil (no se tiene en cuenta el tejido base)	97,0	3,0
Si los artículos se ofrecen a la venta con envoltura, el etiquetado figura además en la propia envoltura cuando no se puede ver el etiquetado del producto	96,6	3,4
-las indicaciones o informaciones facultativas tales como símbolos de conservación, "inencogible", "impermeable", "ignífugo", etc. aparecen netamente diferenciadas	99,9	0,1

## Información de Firmantes del Documento



	%SI	%NO
Todas las indicaciones obligatorias aparecen con caracteres claramente visibles y fácilmente legibles por el/la consumidor/a	98,5	1,5
Las inscripciones del etiquetado están al menos en castellano	98,6	1,4
Si las piezas se venden por metros, cada pieza contiene su etiquetado en ambos extremos de la misma o bien en su plegador o bastidor	100,0	0,0
El etiquetado es susceptible de crear confusión en el consumidor acerca de la naturaleza, composición y origen de los productos textiles	10,9	89,1
El artículo presenta alguna deficiencia en cuanto al etiquetado	4,9	95,1
<b>ETIQUETADO DE MARROQUINERÍA (n=232)</b>		
El artículo lleva etiquetado	82,8	17,2
En el etiquetado de incluyen los siguientes datos: -nombre o razón social o denominación del fabricante, comerciante, o importador	97,3	2,7
-composición de las distintas partes que conforman el artículo	96,4	3,6
-referencia que sirva para identificar el artículo	98,1	1,9
El etiquetado figura con caracteres visibles, indelebles y legibles	100,0	0,0
El artículo presenta alguna deficiencia en cuanto al etiquetado	18,1	81,9



## Información de Firmantes del Documento



MARIA DEL CARMEN REBOLLO SANCHEZ - DIRECTORA GENERAL  
 URL de Verificación: [https://intranet.madrid.es/VECSV\\_WBCONSULTAINTRA/VerificarCove.do](https://intranet.madrid.es/VECSV_WBCONSULTAINTRA/VerificarCove.do)

Fecha Firma: 28/03/2022 09:02:45  
 CSV : 1A11TGKVAD1G42AM

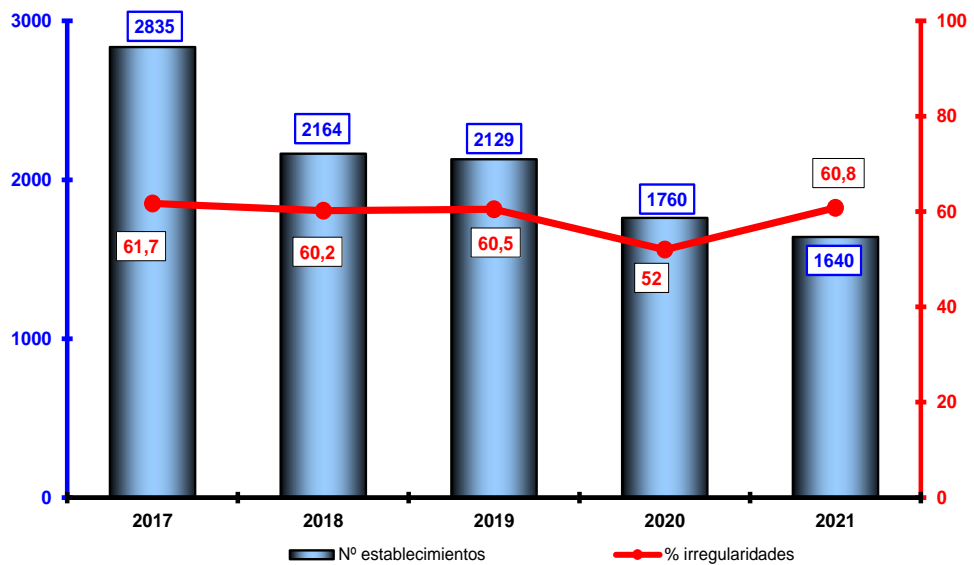


## ANÁLISIS DE LOS DATOS DE LA CAMPAÑA

### ESTABLECIMIENTOS

Durante el 2021, se visitaron 1.640 establecimientos de los que 997 (60,8%) presentaba alguna irregularidad en materia de consumo.

Los datos comparativos de las cinco últimas campañas son:



Las infracciones más significativas en materia de consumo detectadas han sido:

#### PUBLICIDAD

En el 25,3% de los establecimientos se exhibe publicidad o información que puede inducir a error a las personas consumidoras, en la campaña del año 2020 el porcentaje registrado fue del 25,7%.

En el 22,6% de los casos no se facilita toda la información precontractual obligatoria, en la anterior campaña el valor alcanzado fue del 21,3%.

Ambos valores son muy similares a los registrados en la campaña anterior.

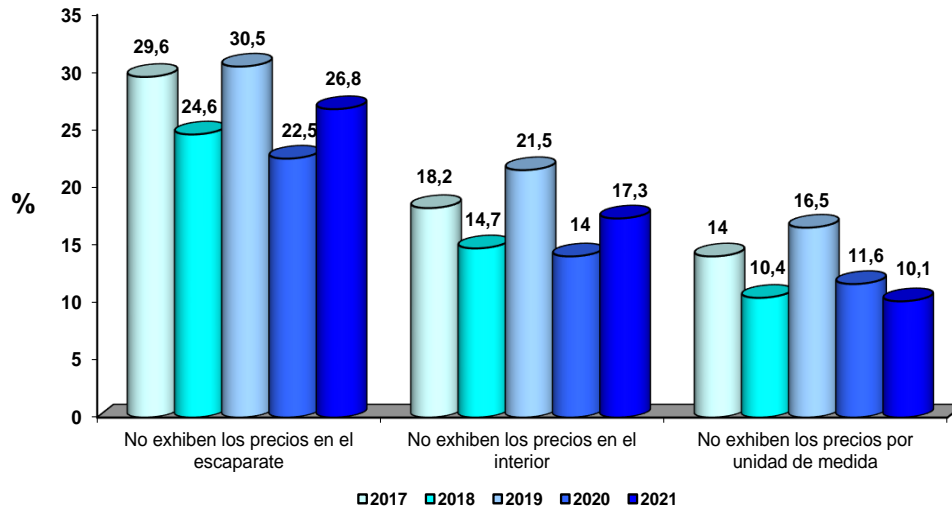
#### EXHIBICIÓN DE PRECIOS

No se exhibe los precios en el escaparate en el 26,8% de los casos en que es preceptivo, en el interior del establecimiento, el dato registrado de la falta de exhibición de precios es del 17,3%.



El dato de la falta de exhibición del precio por unidad de medida cuando es aplicable se sitúa en el 10,1%.

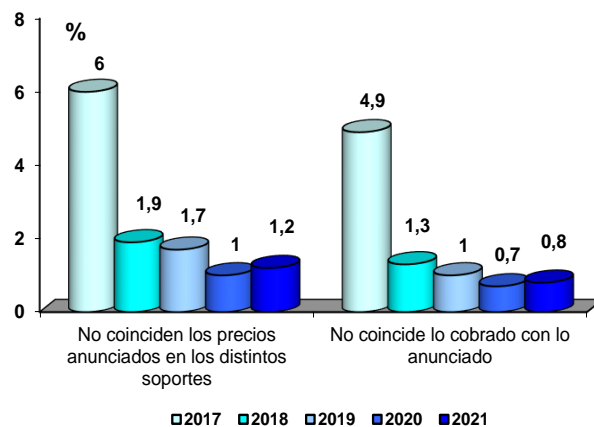
Los datos de las cinco últimas campañas son:



También se comprobó que no existía coincidencia en los anuncios de los precios en los distintos soportes disponibles en el 1,2% de los casos.

Así mismo se vio que en el 0,8% de los casos hubo situaciones donde no coincidían los precios cobrados en algunos artículos con los anunciados.

La evolución de los datos en las últimas campañas es:



En ambos casos los datos suben ligeramente con respecto a anterior, pero se mantienen a un nivel bajo.





## MEDIOS DE PAGO ADMITIDOS

En el 1,1% de los establecimientos visitados no se admiten toda clase de billetes, el año pasado el dato fue del 0,9.

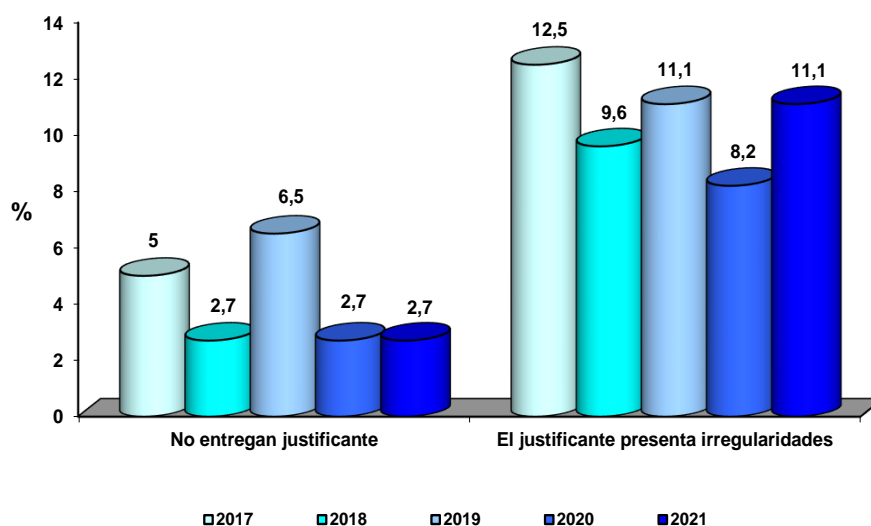
En cuanto a la no admisión de tarjetas de crédito en todo momento incluso estando anunciadas, el dato es del 0,3%, la mitad que el registrado en 2020.

## INFORMACIÓN Y DOCUMENTACIÓN JUSTIFICATIVA DEL CONTRATO

No se entrega documento justificante de la compra efectuada en el 2,7% de los establecimientos inspeccionados, el mismo valor que la campaña anterior.

Cuando entregan el documento anterior, este presenta irregularidades en al menos el 11,1% de los casos que es el valor del porcentaje en que falta de dichos justificantes los datos de identificación del proveedor.

Los datos comparativos son:



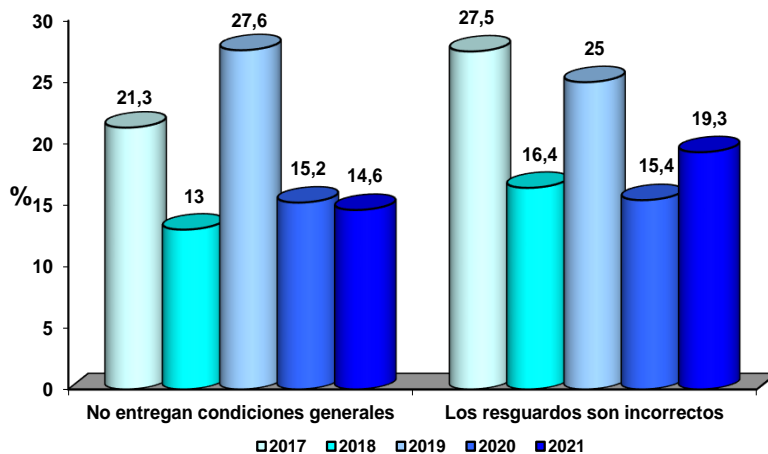
En este módulo también se han controlado otros aspectos, así se ha comprobado que:

- En el 14,6% de los casos en que es aplicable no se entrega documento sobre las condiciones generales en la prestación o arrendamiento de servicios.
- En el 19,3% de los casos en los que resulta aplicable, no se entregan correctamente cumplimentados los resguardos de depósito y/o presupuesto previo.

### Información de Firmantes del Documento



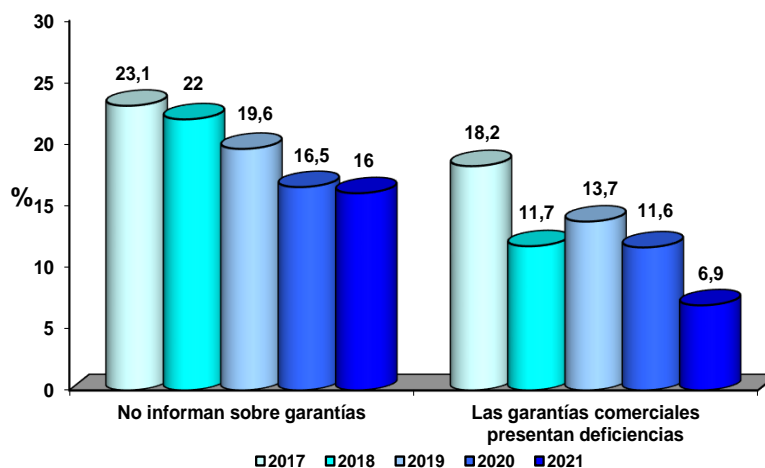
Los datos anteriores, de manera comparada:



## GARANTÍAS

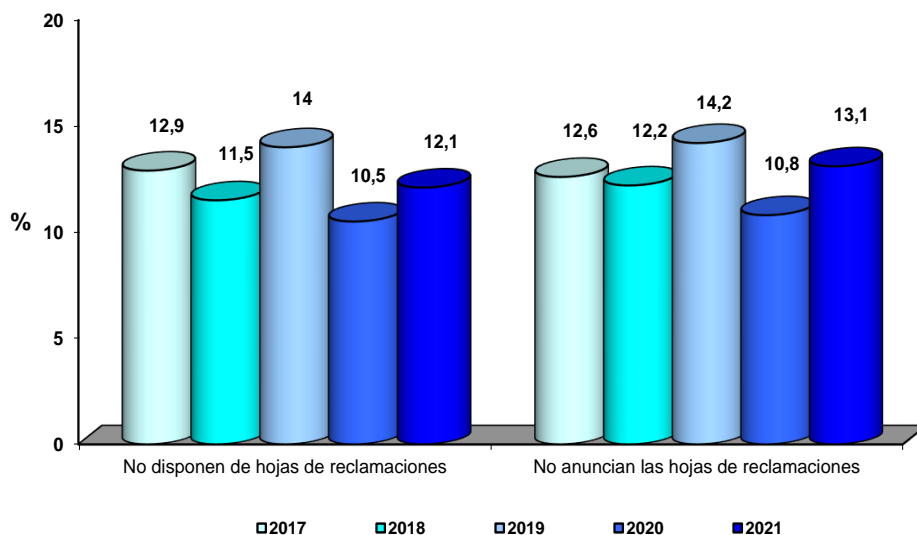
- No se facilita información antes de comprar sobre las garantías de los artículos que venden en el 16,0% de los casos, siendo está una información exigida por el artículo 60 del RDL 1/2007.
- En el 5,6% de los establecimientos inspeccionados se entregaba garantía comercial formalizada por escrito. Sin embargo, el 6,9% de las garantías comerciales presentaban irregularidades por omitir alguno de los datos o informaciones obligatorias.

Los datos de los últimos cinco años de manera comparada:



## HOJAS DE RECLAMACIONES

En el 12,1% de los establecimientos no disponen de hojas de reclamaciones, y el 13,1% no las anuncia mediante cartel ajustado al modelo oficial.



## PRODUCTOS

En lo relativo al control del etiquetado de productos durante la campaña, se han controlado 1.980 artículos de los cuales 134 presentaban irregularidades, lo que supone en términos generales el 6,8%.

Particularizando por tipo de productos, se han controlado:

- 856 artículos industriales de los cuales 48 (el 5,6%) presentaban alguna deficiencia.
- 892 artículos textiles de los que 44 (el 4,9%) presentaba alguna deficiencia.
- 232 artículos de marroquinería de los que 42 (el 18,1%) presentaban alguna deficiencia.

### Información de Firmantes del Documento



Los datos sobre etiquetado de productos en la campaña de control general se empezaron a recoger a partir del año 2018, antes no se había efectuado la recogida debido a lo heterogéneo de los artículos a controlar, por ello solo se pueden establecer comparativas en estas cuatro últimas campañas.

Los principales resultados por tipo de artículos son:

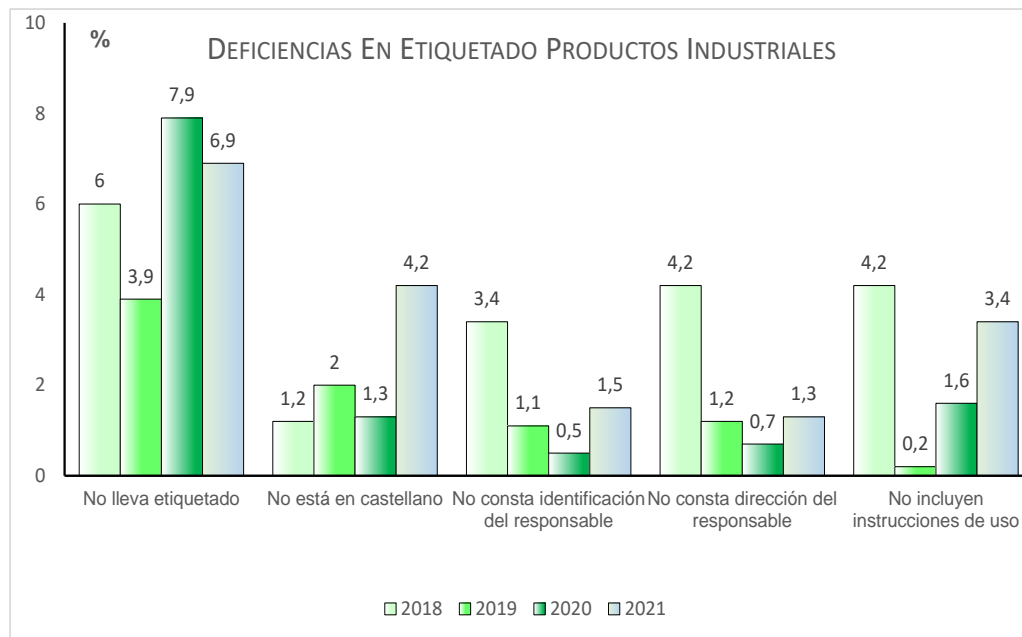
#### PRODUCTOS INDUSTRIALES

De los 856 artículos controlados a los que les era de aplicación la normativa de etiquetado de productos industriales el 6,9% no presentaban etiquetado

Las deficiencias más significativas en estos artículos además de la reseñada son:

- El etiquetado no está en castellano en el 4,2%
- No se identifica al responsable de la puesta en el mercado en el 1,5%, ni se informa sobre su dirección en el 1,3%.
- No contiene la información sobre las características esenciales del producto, instrucciones de uso, manejo, etc en el 3,4% de los casos.

Los datos de manera gráfica son:



#### Información de Firmantes del Documento

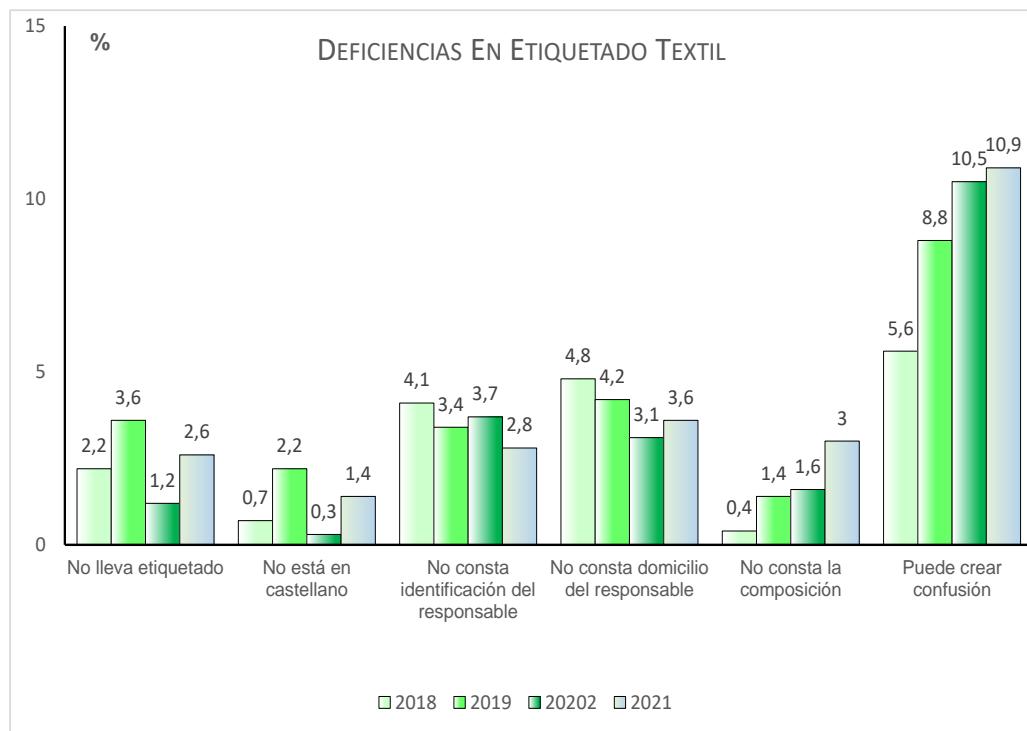


## PRODUCTOS TEXTILES

Se han controlado 892 artículos, el 2,6% de los mismos no llevaba etiquetado.

Las irregularidades detectadas más significativas son:

- en el 2,8% de los casos no consta la identificación del responsable de la puesta en el mercado del producto
- en el 3,6% de los casos no consta el domicilio del responsable anterior.
- en el 10,9% de los artículos textiles, el etiquetado es susceptible de crear confusión
- en el 1,4% el etiquetado no está al menos en castellano.



### Información de Firmantes del Documento

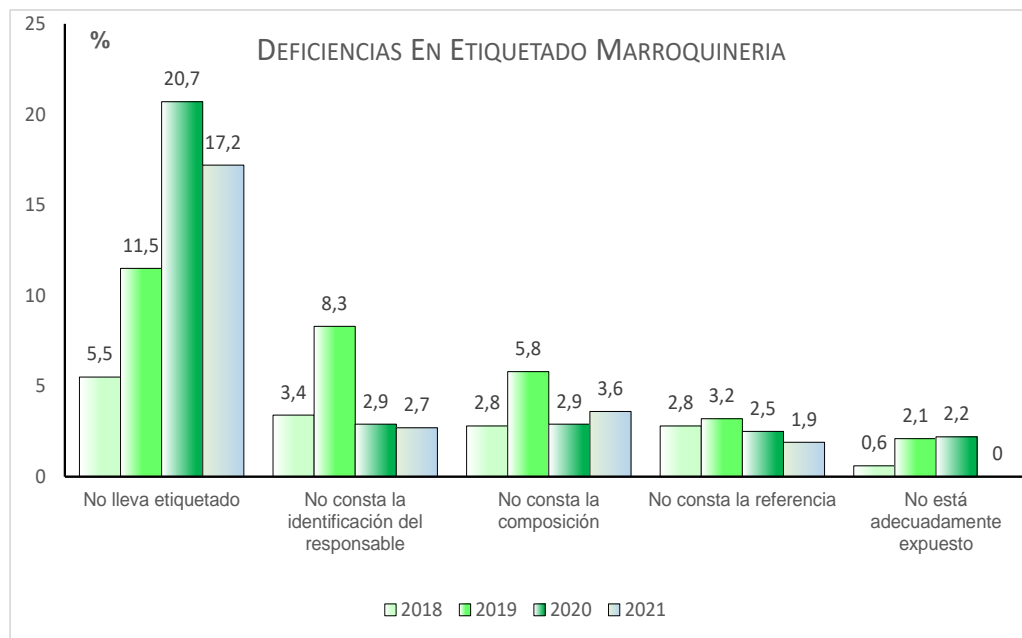


## MARROQUINERIA

Se han controlado 232 artículos, de los cuales el 17,2% de los mismos no llevaba etiquetado.

Las irregularidades detectadas más significativas son:

- en el 2,7% de los artículos no se indica la identificación del responsable de la puesta en el mercado del producto
- en el 3,6% de los casos no consta la composición de las distintas partes que configuran el artículo.
- en el 1,9% de los casos no contiene una referencia que sirva para identificar el artículo.



Una vez efectuada la visita de comprobación y tras la subsanación por la mayoría de los establecimientos de las deficiencias observadas en la primera vuelta, el resultado de los establecimientos que tenían irregularidades ha disminuido del 60,8% inicial hasta quedar fijado en el 16,4%.

## Información de Firmantes del Documento

