

CAMPAÑA DE INSPECCIÓN Y CONTROL DE TIENDAS EN MUSEOS 2022

INTRODUCCIÓN

El presente programa tiene como objetivo homogeneizar las actuaciones inspectoras en materia de consumo, que se van a realizar en las tiendas existentes en los museos de la ciudad de Madrid.

OBJETIVOS

Los objetivos de la presente Campaña son los siguientes:

- 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.
- Comprobación del cumplimiento de la normativa en cuanto a la información obligatoria que debe contener el etiquetado de los productos que se ofrecen en los establecimientos inspeccionados.

NORMATIVA APLICABLE

NORMATIVA DE CARÁCTER GENERAL

- 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.

NORMATIVA DE CARÁCTER ESPECIFICO

- 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.

EJECUCIÓN DEL PROGRAMA

Ámbito territorial

La presente campaña de Inspección será llevada a cabo por Inspectores/as Técnicos/as de Calidad y Consumo pertenecientes al Instituto Municipal de Consumo.

Ámbito temporal

El desarrollo de la campaña se llevará a cabo durante los meses de junio a diciembre de 2022

Tipo de establecimientos a visitar

Se visitarán todo tipo de establecimientos de venta de bienes ubicados en los museos de la ciudad de Madrid.

Se controlara el etiquetado de los productos que se oferten en los establecimientos anteriores.

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 de guion para facilitar la inspección, no siendo este cuestionario totalmente exhaustivo
- Instrucciones para la cumplimentación de la ficha.

Historial

Antes de realizar la visita de inspección, el/la Inspector/a intentará comprobar los antecedentes de la persona 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.

Así mismo, cualquier cambio en los datos del local, como por ejemplo tipo de actividad que desarrolla, cambio de titular, situación del local, y cualquier otro susceptible de modificación por parte de la inspección, convendría dejarlo registrado con objeto de que el censo de locales y actividades fuera lo más ajustado posible a la realidad.

Mecánica de actuación

Los puntos a comprobar por la inspección se detallan a continuación siguiendo los apartados de las fichas de control:

CONTROL DE ESTABLECIMIENTOS

En la campaña se controlarán aspectos generales del establecimiento a visitar. Se suprime el módulo de documentación, sin embargo, si se observara algún tipo de contradicción entre los datos de la titularidad que consta en la aplicación con los datos de facturación, en ese caso se solicitará el documento acreditativo que faculte para el ejercicio de la actividad, bien sea una licencia municipal o una declaración responsable, con objeto de tener una mejor justificación si procede una modificación de los datos registrados en la aplicación.

En los establecimientos a inspeccionar se comprobará lo siguiente:

Horario

La inspección comprobará si se exhibe el horario de atención al público, en lugar visible desde el exterior incluso estando cerrado el establecimiento, según establece el artículo 27 de la ley 16/1999, de 29 de abril, de comercio interior de la Comunidad de Madrid.

“Artículo 27. Publicidad de horarios

En todos los establecimientos comerciales deberá figurar la información del calendario y horario de apertura y cierre en sitio visible, tanto en el interior como en el exterior, incluso cuando esté cerrado el establecimiento.”

Publicidad e información

Se comprobará que la publicidad o la información que se exhiba en el establecimiento no induce a error o engaño a las personas consumidoras, tema que está contemplado en el artículo 17.1 de la ley 11/1998:

“Artículo 17. Actividad publicitaria

1. La oferta, promoción y publicidad de los productos bienes y servicios, destinados a los consumidores, sean cuales sean los soportes utilizados, se realizarán de conformidad con los principios de suficiencia, objetividad y veracidad, en el marco de la legislación general sobre publicidad, de forma que no puedan engañar o inducir a engaño sobre sus características y condiciones de adquisición.”

Que está tipificado como infracción el art. 50.3 de la misma ley:

“3. El incumplimiento del deber de veracidad informativa o publicitaria en la venta de bienes y productos o en la prestación de servicios, de manera que se les atribuya calidades, características, resultados o condiciones de adquisición, uso o devolución que difieran de los que realmente posean o puedan obtenerse, y toda la publicidad que, de cualquier forma, induzca o pueda inducir a error a las personas a las que se dirige, así como aquella que silencie datos fundamentales que impidan conocer las verdaderas características o naturaleza del producto o servicio.”

La valoración de si puede inducir a error o engaño puede variar bastante según la apreciación de la inspección actuante, y en la norma tampoco se dan criterios objetivos para poder valorar esa circunstancia, así pues queda al buen juicio de la inspección valorar si una información induce a engaño. No obstante, en el Ayuntamiento, se lleva muchos años considerando que un anuncio del tipo: “Dispone de 15 días para cambios y devoluciones” puede inducir a error a las personas consumidoras ya que puede dar lugar a confundir el derecho de desistimiento con el de garantía legal. En este caso, se considerará que induce a error si no se exceptúa de alguna manera que no afecta a la garantía legal de los productos.

También se verificará si se facilita la información precontractual obligatoria, esto está recogido como obligación en el art.60.1 del TRLGDCU, por ello se recoge en la ficha aunque no deja de tener sus dificultades, la primera de las dificultades es valorar la salvedad que se establece en el mismo apartado, ya que haciendo una ‘generosa’ valoración del contexto pudiera ser que no tuvieran que informar de nada. Por otro lado, el término ‘facilitarle’ que se utiliza en la redacción del artículo se presta a muchas interpretaciones sobre cuál debería ser el canal o medio adecuado para facilitar dicha información, si bastaría una información verbal o tendría que ser escrita. Al no indicarse nada en la norma se dará por válida la información verbal, y confiaremos en la habilidad y buen hacer de la inspección para comprobar si se facilita esa información; si la información se da por escrito es inmediata su comprobación al margen de las consideraciones del contexto.

Se adjunta el artículo 60 del texto refundido, para que sirva de referencia.

“Artículo 60. Información previa al contrato

1. Antes de que el consumidor y usuario quede vinculado por un contrato u oferta correspondiente, el empresario deberá facilitarle de forma clara y comprensible, salvo que resulte manifiesta por el contexto, la información relevante, veraz y suficiente sobre las características principales del contrato, en particular sobre sus condiciones jurídicas y económicas.

Sin perjuicio de la normativa sectorial que en su caso resulte de aplicación, los términos en que se suministre dicha información, principalmente cuando se trate de personas consumidoras vulnerables, además de claros, comprensibles, veraces y suficientes, se facilitarán en un formato fácilmente accesible, garantizando en su caso la asistencia necesaria, de forma que aseguren su adecuada comprensión y permitan la toma de decisiones óptimas para sus intereses.

2. Serán relevantes las obligaciones de información sobre los bienes o servicios establecidas en esta norma y cualesquiera otras que resulten de aplicación y, además:

a) Las características principales de los bienes o servicios, en la medida adecuada al soporte utilizado y a los bienes o servicios.

b) La identidad del empresario, incluidos los datos correspondientes a la razón social, el nombre comercial, su dirección completa y su número de teléfono y, en su caso, del empresario por cuya cuenta actúe.

c) El precio total, incluidos todos los impuestos y tasas. Si por la naturaleza de los bienes o servicios el precio no puede calcularse razonablemente de antemano o está sujeto a la elaboración de un presupuesto, la forma en que se determina el precio así como todos los gastos adicionales de transporte, entrega o postales o, si dichos gastos no pueden ser calculados razonablemente de antemano, el hecho de que puede ser necesario abonar dichos gastos adicionales.

En toda información al consumidor y usuario sobre el precio de los bienes o servicios, incluida la publicidad, se informará del precio total, desglosando, en su caso, el importe de los incrementos o descuentos que sean de aplicación, de los gastos que se repercutan al consumidor y usuario y de los gastos adicionales por servicios accesorios, financiación, utilización de distintos medios de pago u otras condiciones de pagos similares.

d) Los procedimientos de pago, entrega y ejecución, la fecha en que el empresario se compromete a entregar los bienes o a ejecutar la prestación del servicio.

e) Además del recordatorio de la existencia de una garantía legal de conformidad para los bienes, el contenido y los servicios digitales, la existencia y las condiciones de los servicios posventa y las garantías comerciales.

f) La duración del contrato, o, si el contrato es de duración indeterminada o se prolonga de forma automática, las condiciones de resolución. Además, de manera expresa, deberá indicarse la existencia de compromisos de permanencia o vinculación de uso exclusivo de los servicios de un determinado prestador así como las penalizaciones en caso de baja en la prestación del servicio.

g) La lengua o lenguas en las que podrá formalizarse el contrato, cuando no sea aquella en la que se le ha ofrecido la información previa a la contratación.

h) La existencia del derecho de desistimiento que pueda corresponder al consumidor y usuario, el plazo y la forma de ejercitarlo.

i) La funcionalidad de los bienes con elementos digitales, el contenido digital y los servicios digitales, incluidas las medidas técnicas de protección aplicables, como son, entre otras, la protección a través de la gestión de los derechos digitales o la codificación regional.

j) Toda compatibilidad e interoperabilidad relevante de los bienes con elementos digitales, el contenido y los servicios digitales conocidos por el empresario o que quepa esperar razonablemente que conozca, como son, entre otros, el sistema operativo, la versión necesaria o determinados elementos de los soportes físicos.

k) El procedimiento para atender las reclamaciones de los consumidores y usuarios, así como, en su caso, la información sobre el sistema extrajudicial de resolución de conflictos prevista en el artículo 21.4.

3. El apartado 1 se aplicará también a los contratos para el suministro de agua, gas o electricidad – cuando no estén envasados para la venta en un volumen delimitado o en cantidades determinadas–, calefacción mediante sistemas urbanos y contenido digital que no se preste en un soporte material.

4. La información precontractual debe facilitarse al consumidor y usuario de forma gratuita y al menos en castellano. “

5. La carga de la prueba en relación con el cumplimiento de los requisitos de información establecidos en este artículo incumbirá al empresario.»”

Por último en este módulo se comprobará que admiten tarjetas de crédito cuando se encuentren anunciadas

Exhibición de precios

La inspección comprobará la adecuada exposición de precios tanto en escaparates como en el interior del establecimiento.

La información sobre el precio está también incluida dentro del apartado de información precontractual, apartado 2.c del art. 60, si bien aquí se precisa más como facilitar dicha información.

El artículo 14.1 de la ley 11/1998 establece que:

“Todos los bienes y productos puestos a disposición de los consumidores deberán, con independencia de lo dispuesto en la legislación general, ofrecer información sobre el precio total que están obligados a satisfacer por su adquisición, con inclusión de toda carga, impuesto o gravamen que les afecten, así como los descuentos que le sean aplicados en su caso.”

Se comprobará así mismo que los precios se anuncian de manera correcta y que no inducen a error ya sea que se exhiban en el propio establecimiento como si lo hacen a través de folletos o cualquier otro tipo de publicidad.

“Artículo 4. Características y presentación de los precios

1. El precio de venta y el precio por unidad de medida deberán ser:

- a) Inequívocos, fácilmente identificables y claramente legibles, situándose en el mismo campo visual.
- b) Visibles por el consumidor sin necesidad de que éste tenga que solicitar dicha información.

Información y documentación justificativa del contrato

En el artículo 12 de la ley 11/1998, se establece el derecho de las personas consumidoras de recibir un justificante de pago si así lo solicitan:

Artículo 12. Derechos reconocidos

1. Los consumidores tienen derecho a recibir de los proveedores de bienes, productos y servicios, si así lo solicitan, una factura o recibo de los pagos efectuados donde conste, como mínimo, la identidad personal o social y fiscal del proveedor, la cantidad abonada, el concepto por el que se satisface y la fecha.

Se exceptúan de lo dispuesto en el párrafo anterior los supuestos de venta automática en los que exista imposibilidad técnica de emitir factura, así como los de ínfima cuantía.

(...)

Los consumidores tendrán derecho, cuando entreguen un bien o producto, a fin de que se realice alguna verificación, comprobación, reparación, sustitución o cualquier otro tipo de intervención, a la entrega de un resguardo de depósito en el que conste como mínimo, la identificación completa del establecimiento o depositario, identificación del objeto, operación a realizar y fecha.

Por otro lado, el Reglamento por el que se regulan las obligaciones de facturación (RROF), que fue aprobado por el Real Decreto 1619/2012 establece en su artículo 1 la obligación de expedir factura por parte de los profesionales de aquellas operaciones efectuadas en el desarrollo de su actividad:

Artículo 1. Obligación de expedir, entregar y conservar justificantes de las operaciones.

Los empresarios o profesionales están obligados a expedir y entregar, en su caso, factura u otros justificantes por las operaciones que realicen en el desarrollo de su actividad empresarial o profesional, así como a conservar copia o matriz de aquellos. Igualmente, están obligados a conservar las facturas u otros justificantes recibidos de otros empresarios o profesionales por las operaciones de las que sean destinatarios y que se efectúen en desarrollo de la citada actividad.

(...)

Así pues, se va a exigir siempre el cumplimiento de esta obligación. Esto se contempla en la cuestión siguiente de la ficha de control:

El contenido del documento anterior se especifica en el artículo 12 anterior y en el artículo 7 del Reglamento por el que se regulan las obligaciones de facturación aprobado por el RD 1619/2012:

Artículo 7. Contenido de las facturas simplificadas.

1. Sin perjuicio de los datos o requisitos que puedan resultar obligatorios a otros efectos y de la posibilidad de incluir cualesquiera otras menciones, las facturas simplificadas y sus copias contendrán los siguientes datos o requisitos:

a) Número y, en su caso, serie. La numeración de las facturas simplificadas dentro de cada serie será correlativa.

(...)

b) La fecha de su expedición.

(,,).

d) Número de Identificación Fiscal, así como el nombre y apellidos, razón o denominación social completa del obligado a su expedición.

e) La identificación del tipo de bienes entregados o de servicios

f) Tipo impositivo aplicado y, opcionalmente, también la expresión «IVA incluido».

Asimismo, cuando una misma factura comprenda operaciones sujetas a diferentes tipos impositivos del Impuesto sobre el Valor Añadido deberá especificarse por separado, además, la parte de base imponible correspondiente a cada una de las operaciones.

g) Contraprestación total.

Se mantiene la exigencia de incluir en este documento la información que se refiere al derecho de desistimiento en aquellos establecimientos donde se ofrezca.

Hojas de reclamaciones

Se comprobará las hojas de reclamaciones y el anuncio de las mismas conforme a lo establecido en el Decreto 1/2010:

Artículo 29

Ámbito de aplicación

1. Las personas físicas o jurídicas, individuales o colectivas, profesionales o titulares de establecimientos públicos o privados, fijos o ambulantes, que produzcan, faciliten, suministren o expidan en régimen de derecho privado bienes muebles o inmuebles, productos, servicios, actividades o funciones, comercializados o prestados directamente a los consumidores como destinatarios finales dentro del ámbito de consumo de la Comunidad de Madrid, tendrán a su disposición las hojas de reclamaciones reguladas en el presente capítulo.

Artículo 32

Cartel informativo de empresarios o profesionales

1. Todas las personas físicas o jurídicas que deban disponer de hojas de reclamaciones, deberán exhibir en el establecimiento o lugar donde proceda, conforme a lo dispuesto en el artículo 29, de modo permanente y perfectamente visible al público, un cartel en el que figure de forma legible la leyenda "Existen hojas de reclamaciones a disposición del consumidor". Dicho cartel, que se ajustará al modelo oficial que se establezca por Orden del titular de la Consejería con competencia en materia de ordenación del consumo y defensa de los consumidores, será facilitado por la Administración competente para su emisión.

CONTROL DE ETIQUETADO DE PRODUCTOS

Etiquetado producto industrial

La informaci3n obligatoria que debe figurar en los artculos a los que sea aplicable el RD 1468/1988 se encuentra en los artculos 7 y 8 del citado Real Decreto:

“Informaci3n obligatoria del etiquetado y rotulaci3n

Artculo 7.

Los datos m3nimos exigibles que necesariamente deber3n figurar en el etiquetado de los productos industriales que lleguen al consumidor, a fin de asegurarle una informaci3n suficiente, ser3n los siguientes:

7.1. Nombre o denominaci3n usual o comercial del producto, (...)

7.2. Composici3n: Este dato debe hacerse figurar en la etiqueta cuando la aptitud para el consumo o utilizaci3n del producto dependa de los materiales empleados en su fabricaci3n, o bien sea una caracter3stica de su pureza, riqueza, calidad, eficacia o seguridad.

7.3. Plazo recomendado para su uso o consumo, cuando se trate de productos que por el transcurso del tiempo pierdan alguna de sus cualidades. (...).

7.4. Contenido neto del producto, expresado en unidades de masa o volumen, cuando se trate de productos susceptibles de ser usados en fracciones o el n3mero de unidades en su caso.

7.5. Caracter3sticas esenciales del producto, instrucciones, advertencias, consejos o recomendaciones sobre instalaci3n, uso y mantenimiento, manejo, manipulaci3n, peligrosidad o condiciones de seguridad, en el caso de que dicha informaci3n sea necesaria para el uso correcto y seguro del producto.

(...)

7.7. Identificaci3n de la Empresa. Se indicar3 el nombre o la raz3n social o la denominaci3n del fabricante o del envasador o transformador o de un vendedor, establecidos en la Comunidad Econ3mica Europea y, en todo caso, su domicilio.

(...)

Artculo 8.

8.1. Todas las inscripciones a las que se ha hecho referencia deber3n figurar, al menos, en castellano, lengua espaola oficial del Estado.

8.2. Los datos obligatorios del etiquetado, deber3n aparecer con caracteres claros, bien visibles, indelebles y f3cilmente legibles por el consumidor, no pudi3ndose usar abreviaturas, excepto para las unidades de las magnitudes f3sicas reseadas que se atender3n a lo que dispone la legislaci3n oficial vigente.

(...)”

Etiquetado producto textil

En los artculos textiles ser3 aplicable el RD 928/1987 con sus modificaciones, que establece en su artculo 6, respecto al etiquetado de productos textiles, entre otras obligaciones:

“Art. 6. Etiquetado.

Todos los productos textiles sujetos a las prescripciones de la presente disposici3n, para su puesta en el mercado, tanto en el ciclo industrial como en el comercial, ser3n etiquetados de acuerdo con lo que seguidamente se indica:

1. Nombre o raz3n social o denominaci3n del fabricante, comerciante o importador y, en todo caso, su domicilio.

(...)

5. Composici3n del artculo textil, de acuerdo con las definiciones y prescripciones de la presente disposici3n.

En las prendas de confección y punto, a excepción de calcetería y medias, la etiqueta será de cualquier material resistente, preferentemente de naturaleza textil, irá cosida o fijada a la propia prenda de forma permanente, y deberá tener su misma vida útil. Quedarán exceptuados de estas obligaciones en los casos y condiciones que establezcan las normas de desarrollo de esta disposición.

Los datos requeridos en este apartado podrán consignarse en etiqueta distinta de los exigidos en los apartados anteriores.

6. Cuando los productos textiles sean ofrecidos a la venta con una envoltura, el etiquetado deberá figurar además en la propia envoltura, salvo que pueda verse claramente el etiquetado del producto.

(...)

9. Todas las indicaciones obligatorias deberán aparecer con caracteres claramente visibles y fácilmente legibles por el consumidor. Las denominaciones, calificativos y contenidos en fibras deberán indicarse con los mismos caracteres tipográficos.

(...)

17. Todas las inscripciones a las que se ha hecho referencia deberán figurar obligatoriamente, al menos, en la lengua española oficial del Estado.”

El artículo 10º establece como prohibiciones el empleo de cualquier procedimiento de publicidad, promoción, exposición, envasado y venta, susceptible de crear una confusión en el comprador, acerca de la naturaleza, composición y origen de los productos textiles. También prohíbe expresamente el empleo de toda inscripción, marca, diseño o cualquier mención que pueda evocar la idea de una fibra textil determinada, cuando el producto no contenga una proporción de dicha fibra igual o superior al 85 por 100 en peso.

En el caso de encontrar artículos con deficiencias en el etiquetado se requerirá la documentación de origen de los mismos.

Cumplimentación de ficha técnica

Para el desarrollo de las actuaciones se ha previsto dos modelos de fichas técnicas, uno para la visita inicial del establecimiento, otro para la visita de comprobación del mismo y una ficha para el control de productos.

En primera vuelta se confeccionará la ficha técnica de control del establecimiento y tantas fichas de control de etiquetado de productos como se necesiten según las indicaciones establecidas en las hojas de instrucciones de cumplimentación (ver Anexos), en la visita de comprobación, en la ficha de comprobación del establecimiento todo aquello que estuviera bien en la primera visita se contestará como NA y solo se contestará SI o NO si la primera vez la contestación supusiera una irregularidad con respecto a la normativa. No hay ficha de comprobación de productos, si el inspector considerara necesario realizar la comprobación de los productos rellenará una nueva ficha de productos

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 personal inspector y del inspeccionado/a. Además, se hará constar en el acta esta circunstancia.

Solicitud de documentación

Se otorgará un plazo de 15 días para el requerimiento de la documentación 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, a la mayor brevedad posible para proceder a su posterior evaluación.

(22/06 MUSEO) FICHA TÉCNICA DE CONTROL GENERAL DE ESTABLECIMIENTOS
(22/06 MUSEO) y (22/06C-MUS)

HORARIO		SI	NO	NA
01	Tiene expuesto el horario de atención al público en lugar visible desde el exterior incluso estando cerrado el establecimiento	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

PUBLICIDAD E INFORMACIÓN		SI	NO	NA
02	La publicidad y la información exhibida inducen a error o engaño al consumidor	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
03	Facilitan la información precontractual obligatoria en su caso	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
04	Se admiten tarjetas de crédito estando anunciadas.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

EXHIBICIÓN DE PRECIOS		SI	NO	NA
05	Se exhiben los precios de venta de los artículos expuestos en el escaparate, cuando disponga del mismo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
06	Se exhibe el precio total de venta de todos los productos puestos a disposición del consumidor en el interior del establecimiento	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
07	Los precios son inequívocos, fácilmente identificables, claramente legibles, situados en el mismo campo visual y son visibles para el consumidor sin necesidad de que se tenga que solicitar dicha información	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

INFORMACIÓN Y DOCUMENTACIÓN JUSTIFICATIVA DEL CONTRATO		SI	NO	NA
08	Se entrega factura o recibo acreditativo del pago efectuado	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
09	Consta en los documentos anteriores: -número y en su caso serie	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10	-la identidad personal o social y NIF del proveedor	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11	-la dirección del proveedor	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12	-la cantidad abonada	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13	-tipo impositivo aplicado y opcionalmente IVA incluido	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14	-el concepto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15	-la fecha	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
16	Ausencia de cláusulas abusivas en los documentos anteriores u otros.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

HOJAS DE RECLAMACIONES		SI	NO	NA
17	Tienen a disposición de los consumidores hojas de reclamaciones	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
18	Anuncia mediante cartel ajustado al modelo oficial la existencia de las hojas de reclamaciones de modo permanente y perfectamente visible al público.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

RESULTADO DE LA INSPECCIÓN		SI	NO	NA
19	Se han detectado irregularidades en materia de consumo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
20	Se ha producido obstrucción a negativa a la inspección	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

INSTRUCCIONES DE LA FICHA

- 01** Marcar **SI** o **NO** según corresponda.
- 02** Marcar **SI** o **NO** según corresponda. Marcar **NA** cuando no se exhiba publicidad.
- 03** Marcar **SI** o **NO** según corresponda
- 04** Marcar **SI** o **NO** según corresponda
- 05** Marcar **SI** o **NO** según corresponda. Marcar **NA** cuando no disponga de escaparate o no exhiba productos en él.
- 06-08** Marcar **SI** o **NO** según corresponda.
- 09-16** Marcar **SI** o **NO** según proceda. Marcar **NA** si la pregunta **08** se ha respondido con **NO**.
- 17-20** Marcar **SI** o **NO** según corresponda.

(22/06 MUS-PRO)) FICHA DE CONTROL GENERAL DE PRODUCTOS

ETIQUETADO PRODUCTO INDUSTRIAL (ART. 7 Y 8 RD 1468/1988)		SI	NO	NA
01	Existe etiquetado	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
02	En el etiquetado figura: -Nombre o denominación del producto (salvo que el mismo sea plenamente identificable)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
03	-Nombre o razón social del fabricante, envasador o vendedor establecido en la U.E.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
04	-Domicilio del fabricante, envasador o vendedor.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
05	-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	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
06	-Plazo recomendado de uso si con el tiempo pierde alguna cualidad	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
07	-Contenido neto (unidad de masa o volumen, o nº de unidades)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
08	-Características esenciales del producto, instrucciones advertencias, recomendaciones de uso, manejo instalación o mantenimiento	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
09	El etiquetado figura con caracteres visibles, indelebles y legibles.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10	El etiquetado figura en castellano	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11	El artículo presenta alguna deficiencia en cuanto al etiquetado	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

ETIQUETADO DE ARTÍCULOS TEXTILES (RD 928/1987)		SI	NO	NA
12	El artículo textil lleva etiquetado	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13	En el etiquetado se incluyen los siguientes datos: -Nombre o razón social del fabricante, comerciante o importador.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14	-Domicilio del fabricante, comerciante o importador.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15	-Composición del artículo textil (no se tiene en cuenta el tejido base).	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
16	-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.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
17	-Todas las indicaciones obligatorias aparecen con caracteres claramente visibles y fácilmente legibles por el consumidor.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
18	-Las inscripciones del etiquetado están al menos en castellano.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
19	-El etiquetado es susceptible de crear confusión en el consumidor acerca de la naturaleza, composición y origen de los productos textiles.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
20	El artículo presenta alguna deficiencia en cuanto al etiquetado	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

INSTRUCCIONES DE LA FICHA

01 Marcar **SI**, **NO** o **NA** según corresponda.

02-10 Marcar **SI** o **NO** según corresponda. Marcar **NA** si la pregunta **01** se responde con **NO**.

11-12 Marcar **SI**, **NO** o **NA** según corresponda.

13-19 Marcar **SI** o **NO** según corresponda. Marcar **NA** si la pregunta **12** se responde con **NO**.

20 Marcar **SI**, **NO** o **NA** según corresponda.