

EVALUACIÓN DE LA CAMPAÑA DE CONTROL DE VENTA AMBULANTE AUTORIZADA 2024

INTRODUCCIÓN

Esta campaña complementa a la campaña de control general de establecimientos comerciales, compartiendo los objetivos de verificar el cumplimiento de la normativa de consumo en los establecimientos, en este caso puestos de venta ambulante cubriéndose de esta forma el control de la totalidad de establecimientos comerciales de Madrid.

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 los consumidores, 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.
- 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 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.
- Ley 1/1997, de 8 de enero de 1997, Reguladora de la Venta Ambulante de la Comunidad de Madrid.
- Decreto 17/1998, de 5 de febrero, por el que se aprueba el Reglamento de Desarrollo de la Ley 1/1997, de 8 de enero.
- Ordenanza de Consumo de la ciudad de Madrid, de 30 de marzo de 2011.
- Ordenanza de dinamización de actividades comerciales en dominio público, de 28 de mayo de 2014.
- Ordenanza Municipal Reguladora de la Venta Ambulante (B.O.C.M. de 21.04.03)
- 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.
- 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 2024 por Inspectores Técnicos de Calidad y Consumo de los Distritos de Madrid en establecimientos ubicados en el término municipal.

Se han realizado un total de 915 inspecciones, de las cuales 711 han sido en primera visita y 204 han sido visitas de comprobación.

En los 711 puestos controlados se han registrado irregularidades en 176 el 24,7% de los mismos.

Tras realizar las visitas de comprobación se ha verificado 46 puestos mantenían las irregularidades, lo que supone que el porcentaje final de irregularidades se sitúa en el 6,5%.

RESULTADOS

INSPECCIONES TOTALES (1º Y 2ª VISITA)	915
PUESTOS INSPECCIONADOS	711
PUESTOS CON IRREGULARIDADES	176 (24,7%)

DOCUMENTACIÓN	%SI	%NO
Presenta autorización municipal	98,2	1,8
La autorización se exhibe en lugar perfectamente visible	99,4	0,6
Acreditan la procedencia de la mercancía	94,6	5,4
PUBLICIDAD E INFORMACIÓN	%SI	%NO
La publicidad y la información exhibida respeta los derechos de los consumidores y no inducen a error o engaño.	96,2	3,8
Facilitan la información precontractual en su caso	95,2	4,8
PRECIOS	%SI	%NO
Se exhiben los precios de venta de los artículos expuestos	87,8	12,2
Se indica el precio por unidad de medida (n=423)	94,8	5,2
Los PVP de los artículos incluyen el IVA	99,2	0,8
Adecuada exposición de precios (caracteres claros, etiquetas fijas, etc.)	94,2	5,8
VERIFICACIÓN Y DESTARE	%SI	%NO
Las balanzas tienen correctas las etiquetas de verificación (n=143)	55,9	44,1
El destare se realiza correctamente (n=100)	98,0	2,0
DOCUMENTO JUSTIFICATIVO DE COMPRA	%SI	%NO
Se entrega factura o recibo acreditativo del pago efectuado	89,7	10,3
Consta en los documentos anteriores:		
-la identidad personal o social y fiscal del proveedor	91,4	8,6
-la cantidad abonada	99,0	1,0
-el concepto	96,1	3,9
-la fecha	98,4	1,6
Existen cláusulas abusivas en los documentos anteriores u otros	46,5	53,5
HOJAS DE RECLAMACIONES	%SI	%NO
Tienen a disposición de las/os consumidoras/es hojas de reclamaciones	89,2	10,8
Anuncia mediante cartel ajustado al modelo oficial la existencia de las hojas de reclamaciones de modo permanente y perfectamente visible al público	93,8	6,2

PRODUCTOS CONTROLADOS

1.316

PRODUCTOS CON IRREGULARIDADES

61 (4,6%)

ETIQUETADO PRODUCTO INDUSTRIAL (n=333)	%SI	%NO
Existe etiquetado	98,2	1,8
En el etiquetado figura:		
-Nombre o denominación comercial del producto	99,4	0,6
-nombre o razón social del fabricante, envasador o vendedor establecido en la U.E.	98,8	1,2
-domicilio del fabricante, envasador o vendedor	98,5	1,5
-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 (n=213)	99,6	0,4
-plazo recomendado de uso si con el tiempo pierde alguna cualidad (n=84)	100,0	0,0
-contenido neto (unidad de masa o volumen, o nº de unidades) (n=72)	100,0	0,0
-características esenciales del producto, instrucciones, advertencias, recomendaciones de uso, manejo, instalación o mantenimiento (n=109)	100,0	0,0
-potencia máxima (si utiliza energía eléctrica para su funcionamiento) (n=131)	100,0	0,0
-tensión de alimentación (si utiliza energía eléctrica para su funcionamiento) (n=131)	100,0	0,0
El etiquetado figura con caracteres visibles, indelebles y legibles	100,0	0,0
El etiquetado figura en castellano	98,5	1,5
El artículo presenta alguna deficiencia en cuanto el etiquetado	6,3	93,7
ETIQUETADO DE ARTÍCULOS TEXTILES (n=677)	%SI	%NO
El artículo textil lleva etiquetado	99,7	0,3
En el etiquetado de incluyen los siguientes datos:		
-nombre o razón social o denominación del fabricante, comerciante, o importador	99,0	1,0
-domicilio del fabricante, comerciante o importador	98,0	2,0
-composición del artículo textil (no se tiene en cuenta el tejido base)	99,7	0,3
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	99,4	0,6
-las indicaciones o informaciones facultativas tales como símbolos de conservación, "inencogible", "impermeable", "ignífugo", etc. aparecen netamente diferenciadas	99,4	0,6

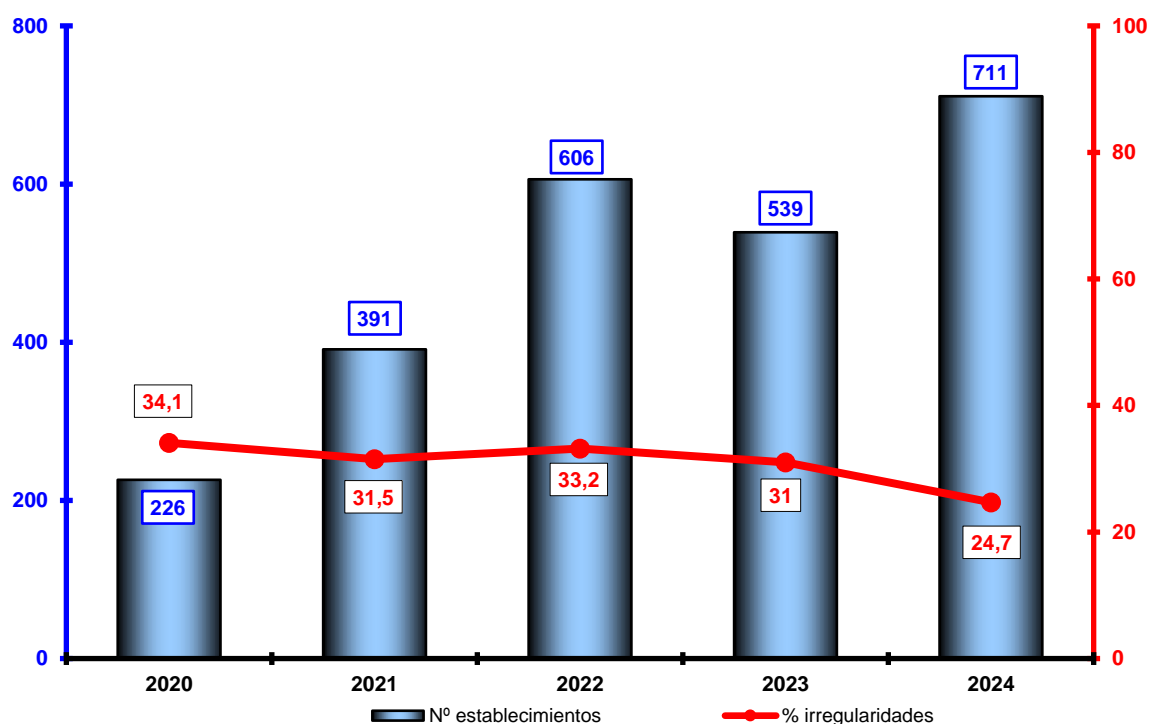
	%SI	%NO
Todas las indicaciones obligatorias aparecen con caracteres claramente visibles y fácilmente legibles por el consumidor	99,3	0,7
Las inscripciones del etiquetado están al menos en castellano	99,4	0,6
Si las piezas se venden por metros, cada pieza contiene su etiquetado en ambos extremos de la misma o bien en su plegador o bastidor (n=42)	95,2	4,8
El etiquetado es susceptible de crear confusión en el consumidor acerca de la naturaleza, composición y origen de los productos textiles	3,6	96,4
El artículo presenta alguna deficiencia en cuanto al etiquetado	3,8	96,2
ETIQUETADO DE MARROQUINERÍA (n=230)	%SI	%NO
El artículo lleva etiquetado	98,3	1,7
En el etiquetado se incluyen los siguientes datos: -nombre o razón social o denominación del fabricante, comerciante, o importador	99,1	0,9
-composición de las distintas partes que conforman el artículo	97,8	2,2
-referencia que sirva para identificar el artículo	100,0	0,0
El etiquetado figura con caracteres visibles, indelebles y legibles	100,0	0,0
El artículo presenta alguna deficiencia en cuanto al etiquetado	3,9	96,1
ETIQUETADO DE CALZADO (n=76)	%SI	%NO
El calzado lleva etiquetado	94,7	5,3
El etiquetado lleva información sobre la composición de cada una de las tres partes del calzado, empeine, forro y plantilla; suela.	100,0	0,0
Si la composición del calzado se realiza mediante indicaciones textuales, estas se corresponden con las recogidas en el anexo I.	100,0	0,0
Si la composición del calzado se realiza mediante pictogramas, estos se corresponden con los recogidos en el anexo I.	100,0	0,0
Si la composición del calzado se realiza únicamente mediante pictogramas, se expone en el punto de venta el cartel explicativo de los mismos, conforme al modelo del anexo III. (n=68)	98,5	1,5
El etiquetado es visible y se encuentra bien sujeto.	98,6	1,4
El etiquetado induce a error al consumidor	1,4	98,6
El calzado presenta alguna deficiencia en cuanto al etiquetado	6,6	93,4

ANÁLISIS DE LOS DATOS DE LA CAMPAÑA

PUESTOS DE VENTA

En el año 2024, se visitaron 539 puestos de venta ambulante en primera vuelta, de los cuales 176 (24,7%) presentaba alguna irregularidad en materia de consumo.

Los datos comparados de las últimas campañas son:

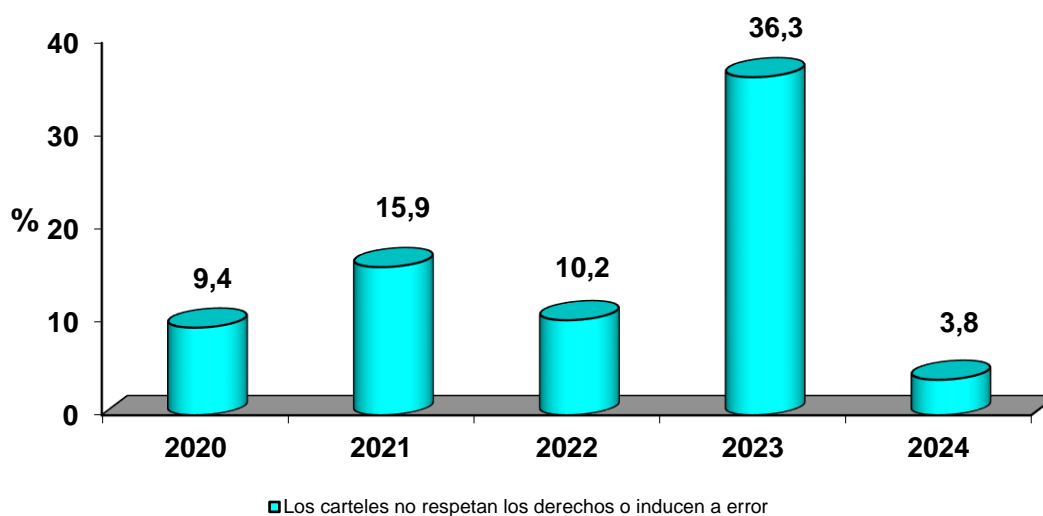


Con posterioridad se llevaron a cabo 204 inspecciones, con objeto de comprobar si se había subsanado las deficiencias encontradas en la primera vuelta, lo que hacen un total de 915 inspecciones, tras estas inspecciones de comprobación se subsanaron las deficiencias en 130 puestos inspeccionados.

Las infracciones más significativas en materia de consumo detectadas en los puestos de venta ambulante han sido:

DERECHOS DE LOS CONSUMIDORES

Cuando exhiben carteles, la información puede inducir a error a las personas consumidoras en el 3,8% de los puestos ambulantes.



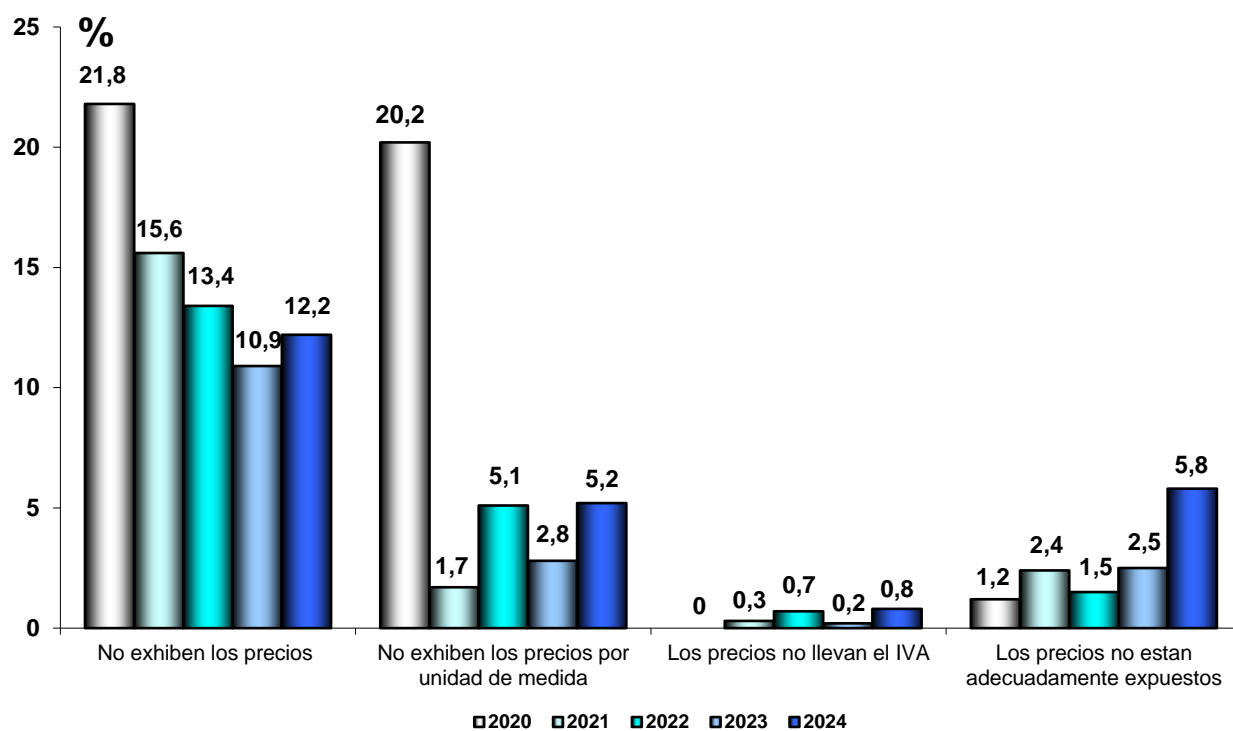
En esta última campaña se ha producido un notable descenso con respecto al año anterior, siendo además el dato más bajo registrado de los últimos cinco años.

PRECIOS

Las principales irregularidades detectadas en lo relativo a la exposición de los precios de los artículos que venden han sido:

- No se exhibe los precios de los artículos en el 12,2% de los casos, mejorando el dato de la campaña anterior.
- Los precios no están adecuadamente expuestos en el 5,8%.
- El precio por unidad de medida no se exhibe en el 5,2% de los casos en que es aplicable.

Los datos anteriores comparados son:



En esta ocasión se ha constatado un retroceso en relación con los resultados de años anteriores.

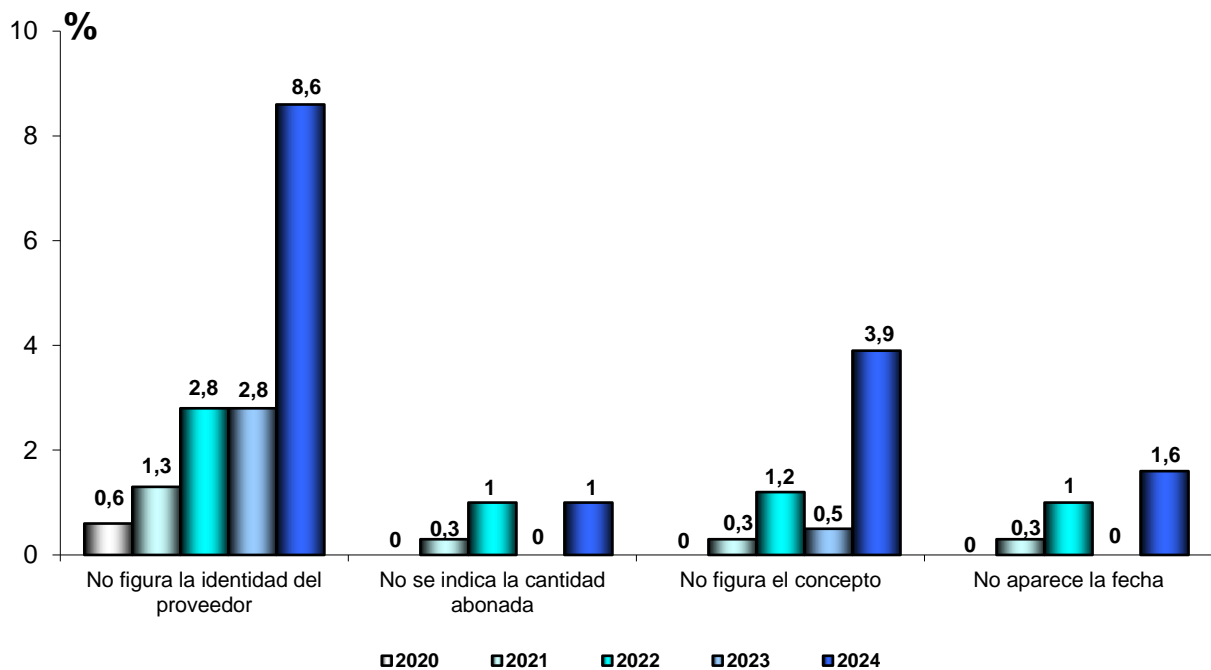
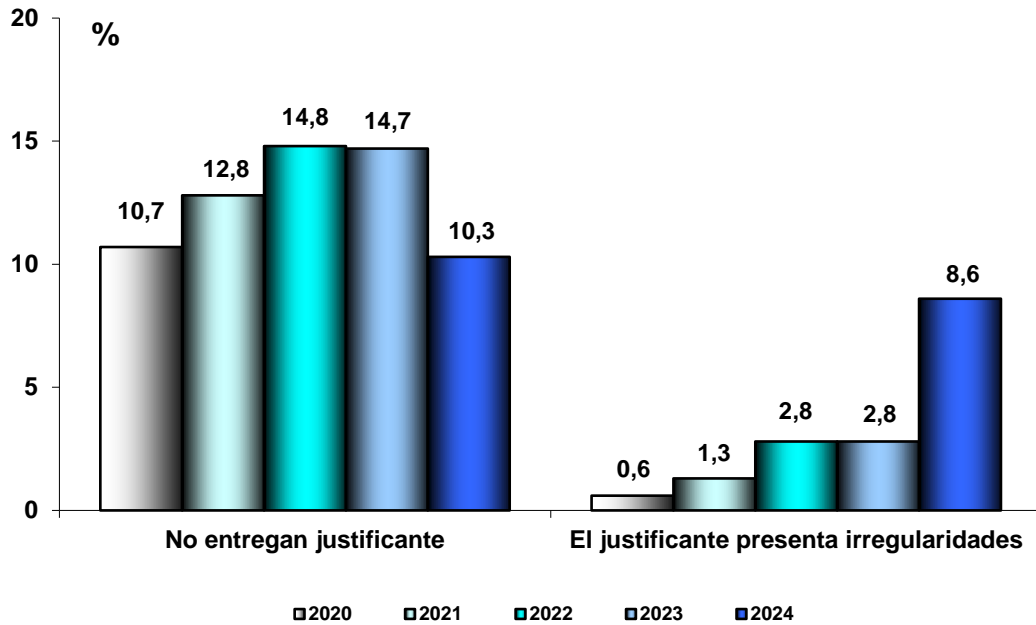
DOCUMENTO JUSTIFICATIVO DE COMPRA

No se entrega documento justificante de la compra efectuada en el 10,3% de los puestos inspeccionados.

En los casos en los que presentan justificantes de compra, los mismos presentan las siguientes irregularidades:

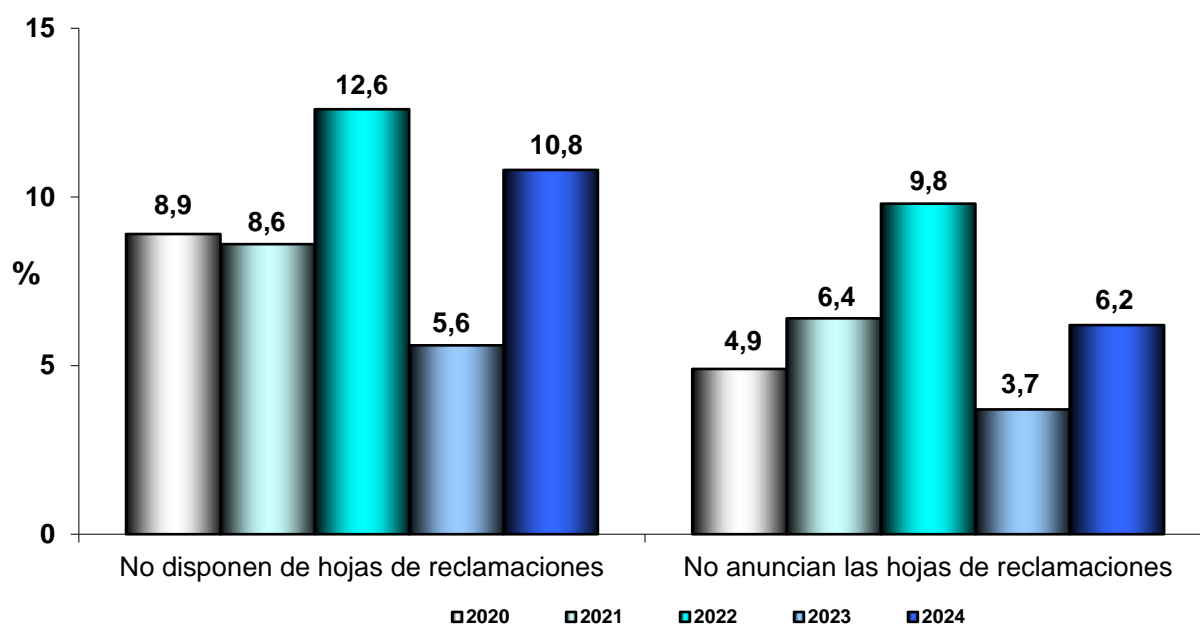
- En el 8,6% no figura la identidad personal o social y fiscal del proveedor.
- El concepto falta en el 3,9% de los casos

Los datos comparativos son:



HOJAS DE RECLAMACIONES

El 10,8% de los puestos no disponen de hojas de reclamaciones, y el 6,2% no las anuncia mediante cartel ajustado al modelo oficial.



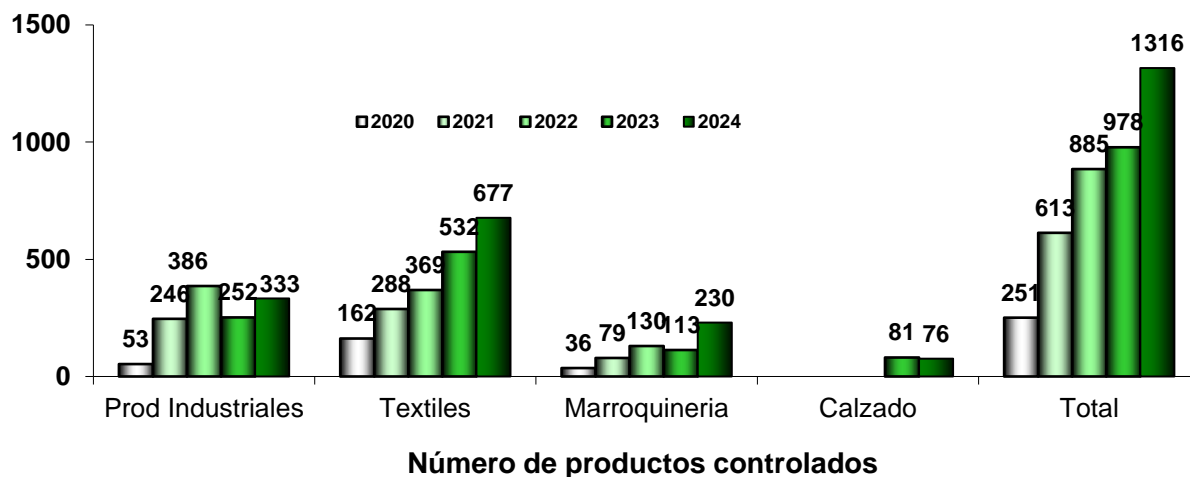
PRODUCTOS

En lo relativo al control del etiquetado de productos durante la campaña, se han controlado 1.316 artículos de los cuales 61 presentaban irregularidades, lo que supone en términos generales el 4,6%.

Particularizando por tipo de productos, se han controlado:

- 333 artículos industriales de los que 21 (el 6,3%) presentaban alguna deficiencia.
- 677 artículos textiles de los que 26 (el 3,8%) presentaban alguna deficiencia.
- 230 artículos de marroquinería de los que 9 (el 3,9%) presentaban alguna deficiencia.
- 76 artículos de calzado de los que 5 (el 6,6%) presentaban alguna deficiencia.

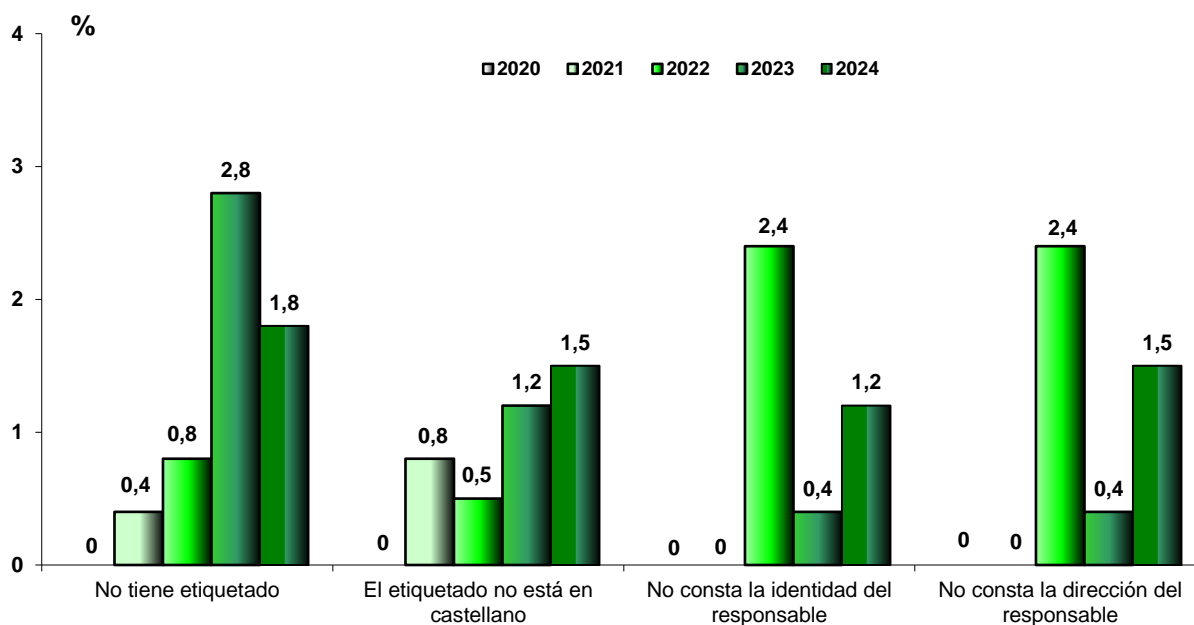
Los datos comparados son:



PRODUCTOS INDUSTRIALES

De los 333 artículos controlados a los que les era de aplicación la normativa de etiquetado de productos industriales solo en el 1,8% de los casos, el producto no tenía etiquetado. La irregularidad más significativa detectada fue que el etiquetado no estaba en castellano en el 1,5% de los artículos.

Los datos comparados con los de las campañas anteriores son:

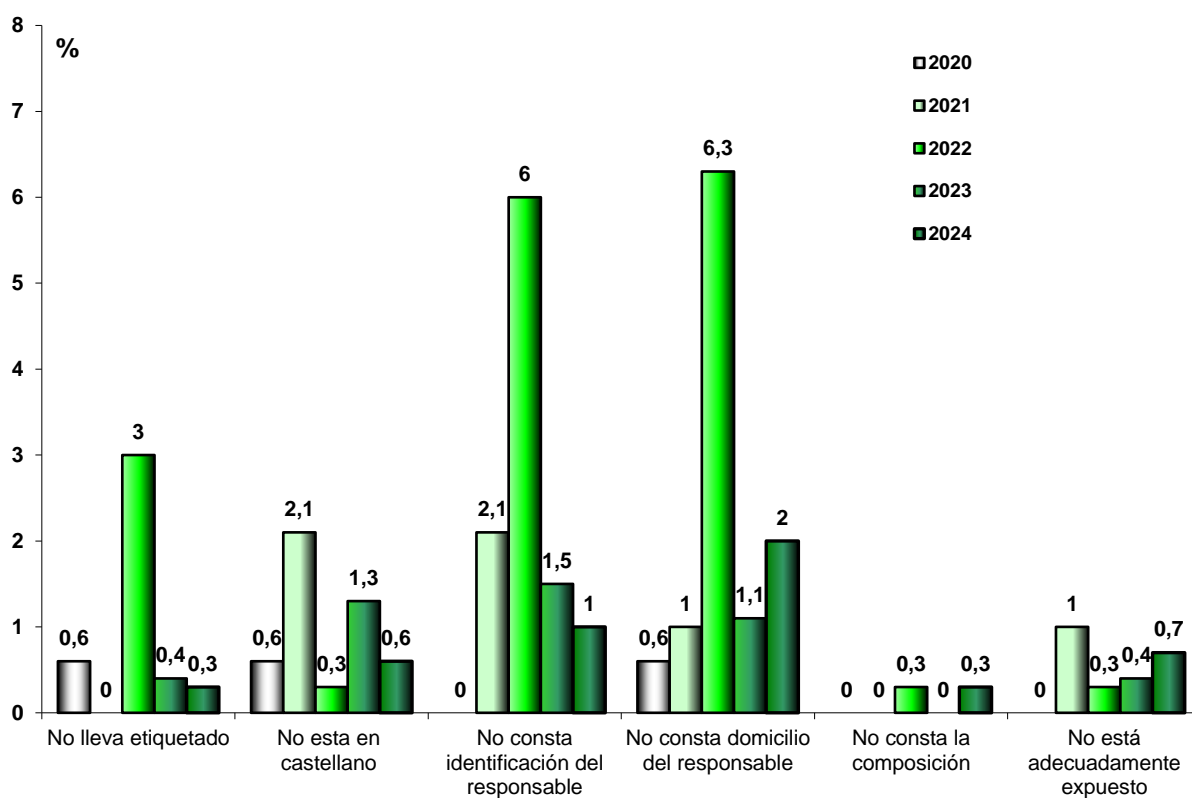


PRODUCTOS TEXTILES

Se han controlado 677 artículos, de los cuales 2 no llevaban etiquetado, el 0,3% en términos relativos.

Las irregularidades más significativas detectadas en ese etiquetado son:

- en el 1,0% de los casos no consta la identificación del responsable de la puesta en el mercado del producto y en el 2,0% falta el domicilio del mismo.
- el 0,6% de los artículos no tienen el etiquetado al menos en castellano.



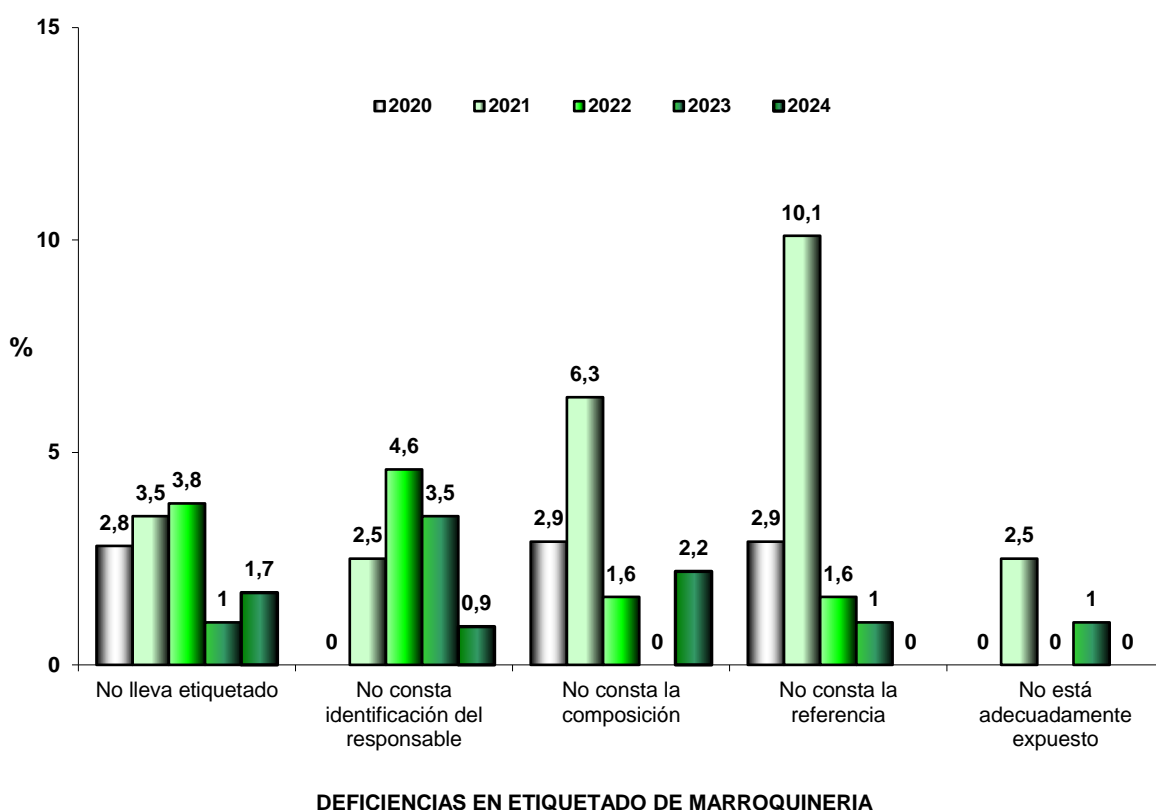
DEFICIENCIAS EN ETIQUETADO TEXTIL

MARROQUINERIA

Se han controlado 230 artículos, cuatro de ellos no llevaba etiquetado, el 1,7%.

En los artículos que llevan etiquetado las deficiencias más importantes detectadas fueron que no se indicaba la composición del artículo en el 2,2% de los productos, ni la identificación del responsable de la puesta en el mercado en el 0,9% de los casos.

Los datos comparados son:



CALZADO

En el año 2024 se ha comprobado por segunda vez el etiquetado del calzado, controlándose 76 artículos, de los cuales cuatro de ellos no llevaban etiquetado, el 5,3%.

En el resto de los artículos, los que llevan etiquetado, como deficiencia más destacada se ha visto que en 68 casos en los que se ha comprobado que existían artículos de calzado cuyo etiquetado de composición únicamente se indicaba por medio de pictogramas, no existía el cartel explicativo de cada uno de los pictogramas utilizados en el 1,5% de los casos.

Los datos comparados de los dos años son:



En esta campaña se ha reducido el nivel de irregularidades global detectado en los puestos de venta con respecto a la campaña anterior. Además de reducirse las irregularidades detectadas en la primera vuelta, tras la visita de comprobación también se ha observado un mayor cumplimiento de la normativa que mejora igualmente el dato de la campaña anterior.

En cuanto a los productos controlados, también se ha producido una disminución en el nivel de irregularidades detectado con respecto a la campaña anterior.