

EVALUACIÓN DE LA CAMPAÑA DE CONTROL GENERAL DE ESTABLECIMIENTOS 2023

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.
- Controlar aspectos generales de la publicidad.
- Comprobar el 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 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.
- Real Decreto 1718/1995, de 27 de octubre, por el que se regula el etiquetado de los materiales utilizados en los componentes principales del calzado.

EJECUCIÓN DE LA CAMPAÑA

La Campaña de Control General de Establecimientos ha sido efectuada durante todo el año 2023 por los Inspectores Técnicos de Calidad y Consumo del Ayuntamiento de Madrid en establecimientos ubicados en el término municipal de la capital.

Se han realizado un total de 2.781 inspecciones, de las cuales 1.712 han sido en primera visita y 1.069 han sido visitas de comprobación.

En los 1.712 establecimientos controlados se han registrado irregularidades en 1.079 el 63,0% de los mismos.

En las 1.069 visitas de comprobación una vez realizada la misma se ha comprobado que se subsanaban las deficiencias en 890 ocasiones, lo que supone que en el 83,3% de los casos se ha corregido la irregularidad detectada, quedando el índice global final de infracciones reducido al 11,0%.

RESULTADOS

INSPECCIONES TOTALES (1º Y 2ª VISITA)	2.781
ESTABLECIMIENTOS INSPECCIONADOS (1ª VISITA)	1.712
ESTABLECIMIENTOS CON IRREGULARIDADES	1.079 (63,0%)
OBSTRUCCIONES O NEGATIVAS	8 (0,5%)

HORARIO	%SI	%NO
Tiene expuesto el horario de atención al público en lugar visible desde el exterior incluso estando cerrado el establecimiento	90,9	9,1
PUBLICIDAD E INFORMACIÓN		
La publicidad y la información exhibida no inducen a error o a engaño a las personas consumidoras	63,4	36,6
Facilitan la información precontractual obligatoria en su caso	62,2	37,8
EXHIBICIÓN DE PRECIOS		
Se exhiben los precios de venta de los artículos expuestos en el escaparate, cuando disponga del mismo (n=1.185)	69,6	30,4
Se exhibe el precio total de venta de todos los productos puestos a disposición de las personas consumidoras en el interior del establecimiento	76,2	23,8
Se exhibe el precio por unidad de medida de aquellos artículos que deban llevarlo (n=296)	79,1	20,9
Exhiben, en su caso, de forma visible las tarifas de precios de los servicios ofertados (n=600)	72,0	28,0
Están correctamente anunciados los precios de venta en los folletos o en cualquier otra forma de publicidad con indicación de precio (n=609)	80,5	19,5
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	85,2	14,8
Existe coincidencia entre los precios exhibidos en carteles, lineales, escaparates, folletos y publicidad.	97,3	2,7
Existe coincidencia entre los precios exhibidos y los precios cobrados	97,6	2,4
En caso de contemplar la posibilidad de pago aplazado o financiado (n=64) se informa de:		
-El precio total de adquisición bajo esta forma de pago	79,7	20,3
-El precio total de adquisición al contado	84,4	15,6
-El número total de plazos fijados	81,3	18,7
-La periodicidad de los plazos	81,3	18,7

MEDIOS DE PAGO ADMITIDOS	%SI	%NO
Se aceptan los medios de pago admitidos legalmente	99,1	0,9
En caso de existir excepciones, se anuncian en el establecimiento y/o documentos contractuales (n=105)	82,9	17,1
Se admiten toda clase de billetes.	97,6	2,4
Se admiten tarjetas de crédito estando anunciadas	98,7	1,3
En caso de existir excepciones estas se anuncian (n=148)	84,5	15,5
INFORMACIÓN Y DOCUMENTACIÓN JUSTIFICATIVA DEL CONTRATO	%SI	%NO
Se entrega factura o recibo acreditativo del pago efectuado	93,6	6,4
Consta en los documentos anteriores:		
-número y en su caso serie	96,3	3,7
-la identidad personal o social y fiscal del proveedor	87,0	13,0
-la dirección del proveedor	95,4	4,6
-la cantidad abonada	97,4	2,6
-tipo impositivo aplicable y opcionalmente IVA incluido	93,0	7,0
-el concepto	95,6	4,4
-la fecha	97,1	2,9
-en su caso, se informa sobre el derecho de desistimiento, indicando sus plazos, condiciones y posibles limitaciones	80,4	19,6
-en su caso figura la fecha en que el empresario se compromete a entregar los bienes o a ejecutar la prestación del servicio (n=194)	78,9	21,1
Entregan documento sobre las condiciones generales en la prestación o arrendamiento de servicios, cumpliendo la normativa aplicable en su caso (n=130)	71,5	28,5
Entregan correctamente cumplimentados los resguardos de depósito y/o presupuesto previo en su caso (n=205)	67,8	32,2
Ausencia de cláusulas abusivas o que induzcan a error en los documentos anteriores u otros	93,7	6,3

GARANTÍAS	%SI	%NO
Se facilita información antes de comprar sobre las garantías (recordatorio de la garantía legal y garantías comerciales) de los artículos que venden	81,7	18,3
Se entrega garantía comercial formalizada por escrito o en cualquier soporte duradero	5,3	
La garantía comercial está correctamente formalizada	82,2	17,8
HOJAS DE RECLAMACIONES	%SI	%NO
Tienen a disposición de los consumidores hojas de reclamaciones	90,9	9,1
Anuncia mediante cartel ajustado al modelo oficial la existencia de las hojas de reclamaciones de modo permanente y perfectamente visible al público	88,4	11,6

PRODUCTOS CONTROLADOS

5.480

PRODUCTOS CON IRREGULARIDADES

379 (6,9%)

ETIQUETADO PRODUCTO INDUSTRIAL (n=1210)	%SI	%NO
Existe etiquetado	95,5	4,5
En el etiquetado figura:		
-Nombre o denominación comercial del producto	99,1	0,9
-nombre o razón social del fabricante, envasador o vendedor establecido en la U.E.	97,8	2,2
-domicilio del fabricante, envasador o vendedor	97,4	2,6
-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	97,3	2,7
-plazo recomendado de uso si con el tiempo pierde alguna cualidad	97,3	2,7
-contenido neto (unidad de masa o volumen, o nº de unidades)	96,8	3,2
-características esenciales del producto, instrucciones, advertencias, recomendaciones de uso, manejo, instalación o mantenimiento	97,4	2,6
-potencia máxima (si utiliza energía eléctrica para su funcionamiento)	89,6	10,4
-tensión de alimentación (si utiliza energía eléctrica para su funcionamiento)	89,6	10,4
-consumo energético (si utiliza energía eléctrica para su funcionamiento)	88,3	11,7
El etiquetado figura con caracteres visibles, indelebles y legibles	99,0	1,0
El etiquetado figura en castellano	97,0	3,0
El artículo presenta alguna deficiencia en cuanto el etiquetado	5,5	94,5
ETIQUETADO DE ARTÍCULOS TEXTILES (n=2619)	%SI	%NO
El artículo textil lleva etiquetado	99,1	0,9
En el etiquetado de incluyen los siguientes datos:		
-nombre o razón social o denominación del fabricante, comerciante, o importador	96,2	3,8
-domicilio del fabricante, comerciante o importador	95,9	4,1
-composición del artículo textil (no se tiene en cuenta el tejido base)	98,7	1,3
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	98,6	1,4
-las indicaciones o informaciones facultativas tales como símbolos de conservación, "inencogible", "impermeable", "ignifugo", etc. aparecen netamente diferenciadas	99,5	0,5

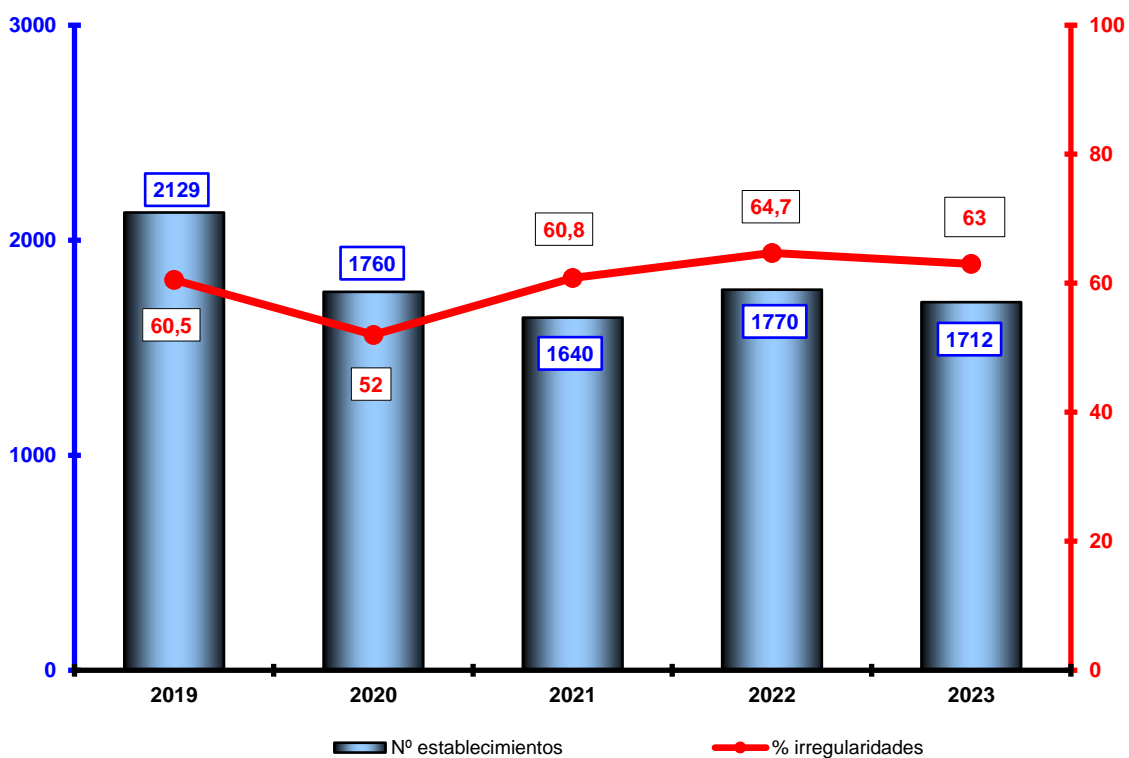
	%SI	%NO
Todas las indicaciones obligatorias aparecen con caracteres claramente visibles y fácilmente legibles por el/la consumidor/a	98,5	1,5
Las inscripciones del etiquetado están al menos en castellano	97,0	3,0
Si las piezas se venden por metros, cada pieza contiene su etiquetado en ambos extremos de la misma o bien en su plegador o bastidor	95,9	4,1
El etiquetado es susceptible de crear confusión en el consumidor acerca de la naturaleza, composición y origen de los productos textiles	5,2	94,8
El artículo presenta alguna deficiencia en cuanto al etiquetado	6,8	93,2
ETIQUETADO DE MARROQUINERÍA (n=578)		
El artículo lleva etiquetado	98,8	1,2
En el etiquetado de incluyen los siguientes datos: -nombre o razón social o denominación del fabricante, comerciante, o importador	98,1	1,9
-composición de las distintas partes que conforman el artículo	98,3	1,7
-referencia que sirva para identificar el artículo	98,3	1,7
El etiquetado figura con caracteres visibles, indelebles y legibles	98,8	1,2
El artículo presenta alguna deficiencia en cuanto al etiquetado	7,3	92,7
ETIQUETADO DE CALZADO (n=1073)		
El calzado lleva etiquetado	98,6	1,4
El etiquetado lleva información sobre la composición de cada una de las tres partes del calzado, empeine, forro y plantilla; suela.	99,3	0,7
Si la composición del calzado se realiza mediante indicaciones textuales, estas se corresponden con las recogidas en el anexo I.	94,8	5,2
Si la composición del calzado se realiza mediante pictogramas, estos se corresponden con los recogidos en el anexo I.	99,3	0,7
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. (art. 5.5)	78,4	21,6
El etiquetado es visible y se encuentra bien sujeto.	99,8	0,2
El etiquetado induce a error al consumidor	7,0	93,0
El calzado presenta alguna deficiencia en cuanto al etiquetado	8,7	91,3

ANÁLISIS DE LOS DATOS DE LA CAMPAÑA

ESTABLECIMIENTOS

Durante el 2023, se visitaron 1.712 establecimientos de los que 1.079 (63,0%) presentaba alguna irregularidad en materia de consumo.

Los datos comparativos de las cinco últimas campañas son:



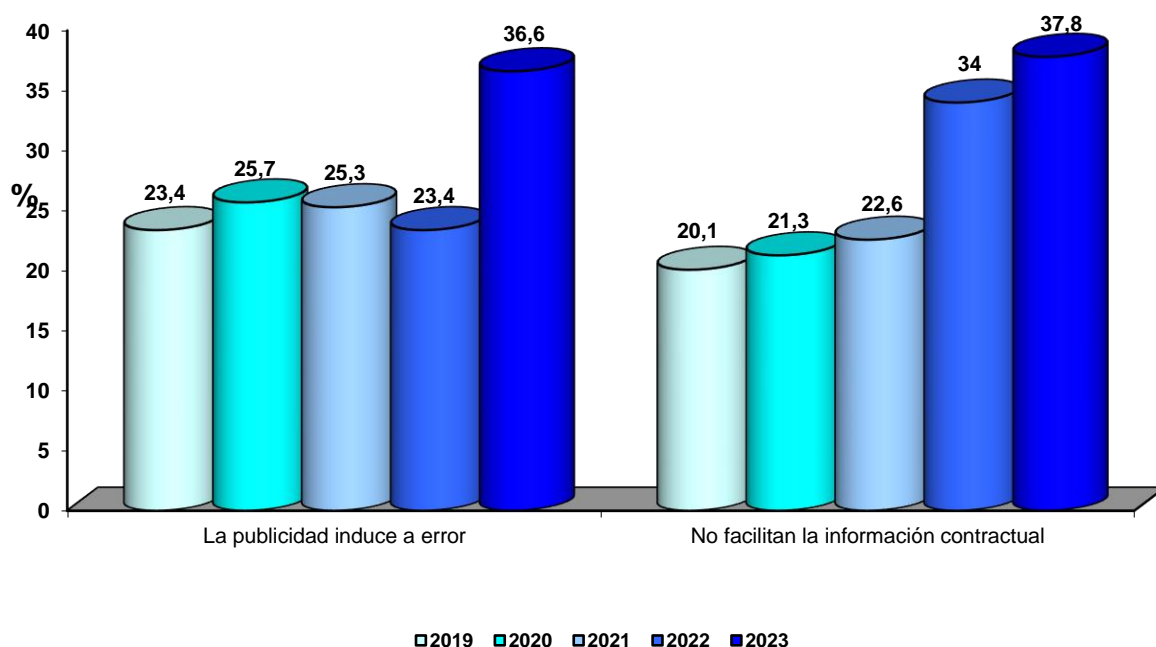
Las infracciones más significativas en materia de consumo detectadas han sido:

PUBLICIDAD

En el 36,6% de los establecimientos donde se exhibe publicidad o información la misma puede inducir a error a las personas consumidoras.

En el 37,8% de los casos no se facilita toda la información precontractual obligatoria.

Los datos comparados son:



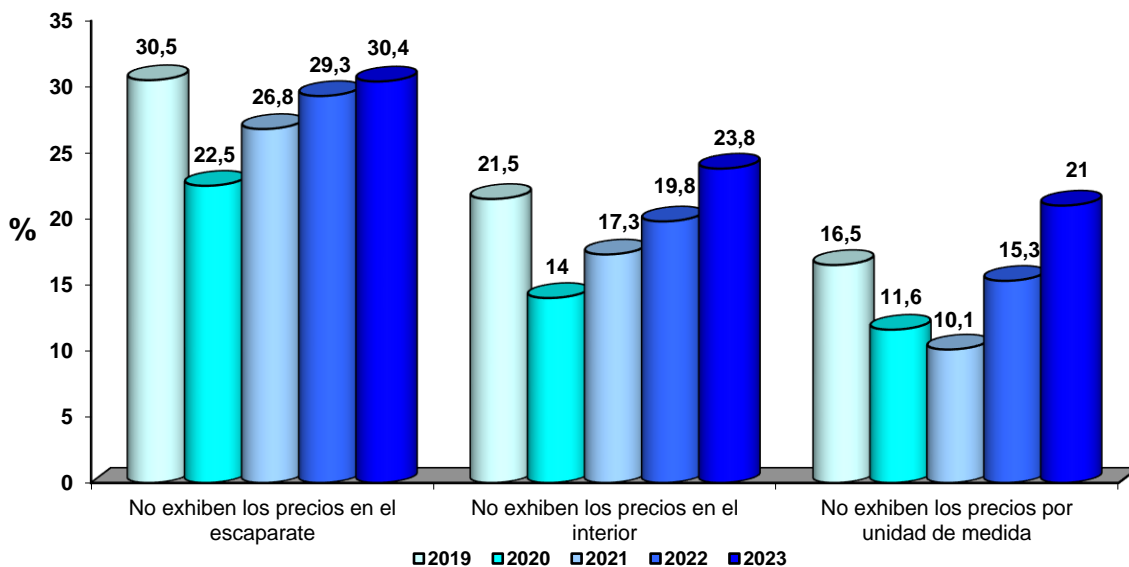
En esta última campaña se ha producido un notable incremento en el porcentaje de incumplimiento de ambos aspectos.

EXHIBICIÓN DE PRECIOS

En el escaparate cuando exhiben productos para su venta, no se indica el precio de dichos productos en el 30,4% de los casos, mientras que en el interior de los establecimientos el dato registrado de la falta de exhibición de precios es del 23,8%.

El dato de la falta de exhibición del precio por unidad de medida cuando es aplicable se sitúa en el 21,0%.

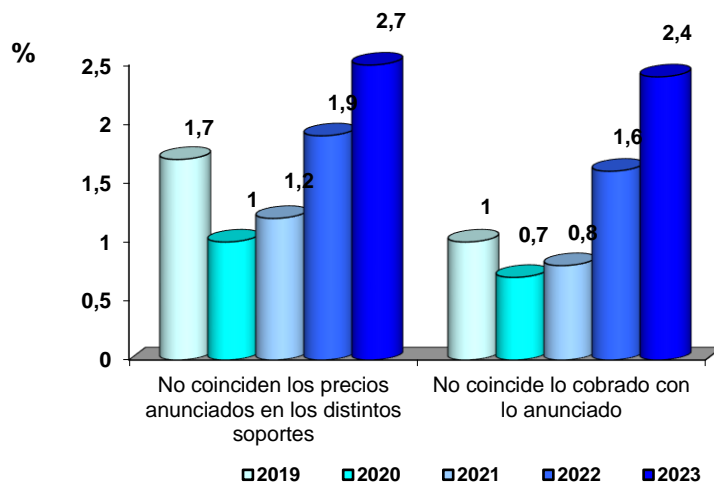
Los datos de las cinco últimas campañas son:



También se verificó la falta de coincidencia en los anuncios de los precios en los distintos soportes disponibles en el 2,7% de los casos.

Así mismo se vio que en el 2,4% 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 con respecto a la campaña anterior, si bien se mantienen a un nivel bajo.

MEDIOS DE PAGO ADMITIDOS

En el 0,9% de los establecimientos visitados no se admiten toda clase de billetes, muy similar al dato del año anterior que fue del 1,0%.

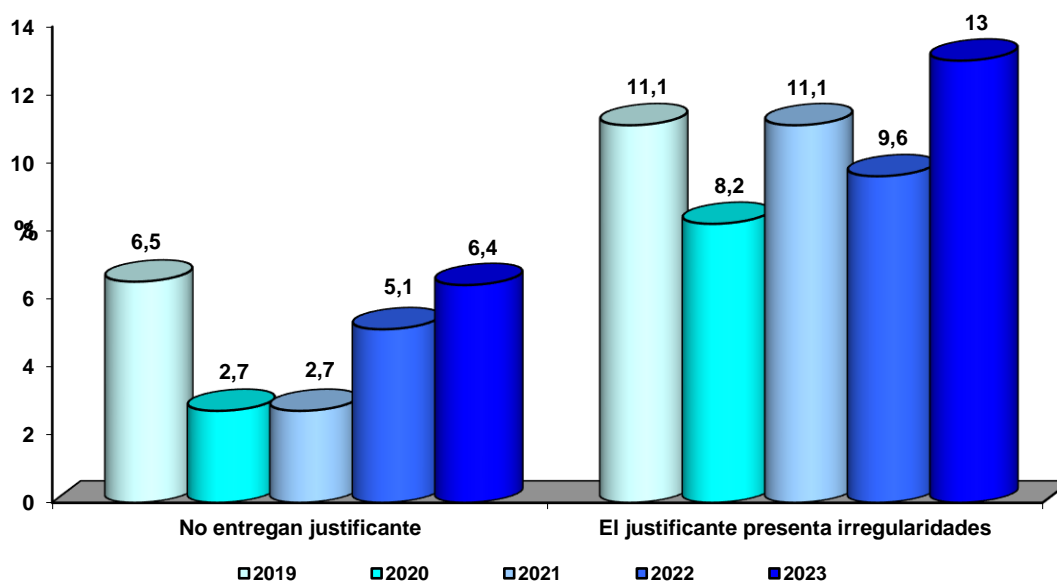
En cuanto a la no admisión de tarjetas de crédito en todo momento incluso estando anunciadas, el dato es del 1,3%, en 2022 el dato registrado fue del 0,9%.

INFORMACIÓN Y DOCUMENTACIÓN JUSTIFICATIVA DEL CONTRATO

No se entrega documento justificante de la compra efectuada en el 6,4% de los establecimientos inspeccionados, casi el doble que en la campaña anterior.

Cuando entregan el documento anterior, este presenta irregularidades en al menos el 13,0% de los casos que es el valor del porcentaje en que falta de dichos justificantes los datos de identificación del proveedor.

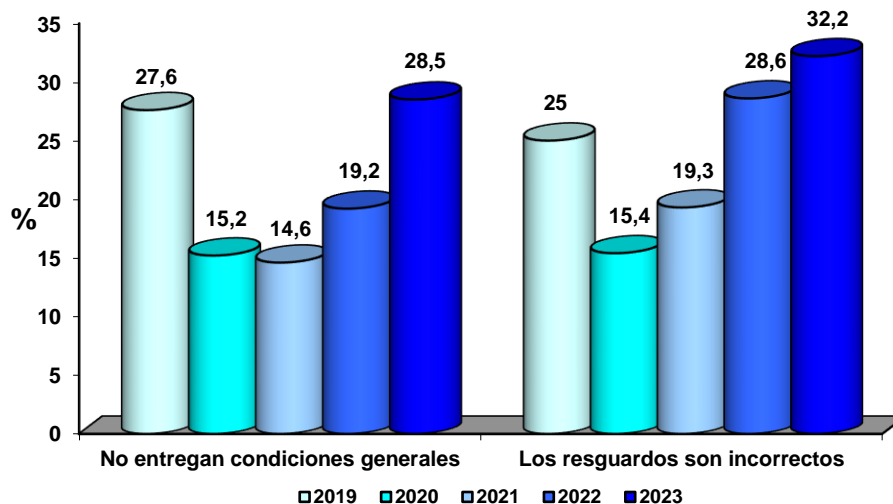
Los datos comparativos son:



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

- En el 28,5% de los casos en que es aplicable no se entrega documento sobre las condiciones generales en la prestación o arrendamiento de servicios.
- En el 32,2% de los casos en los que resulta aplicable, no se entregan correctamente cumplimentados los resguardos de depósito y/o presupuesto previo.

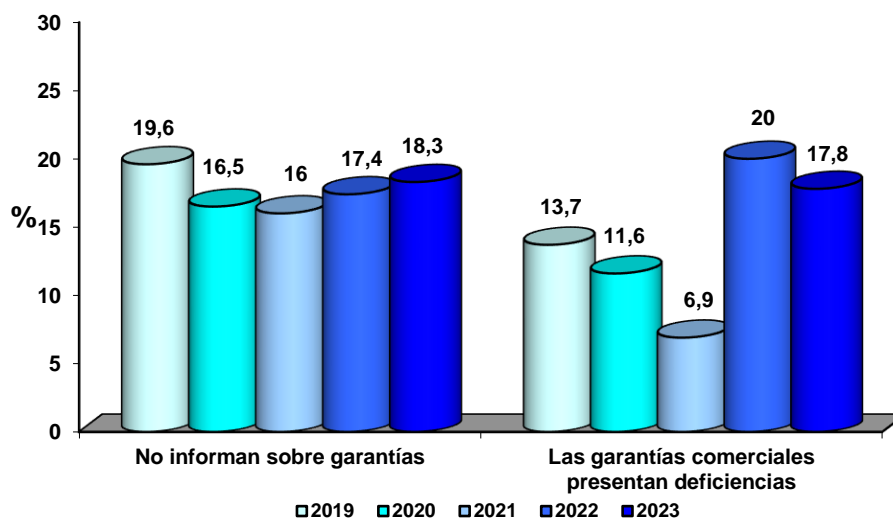
Los datos anteriores, de manera comparada:



GARANTÍAS

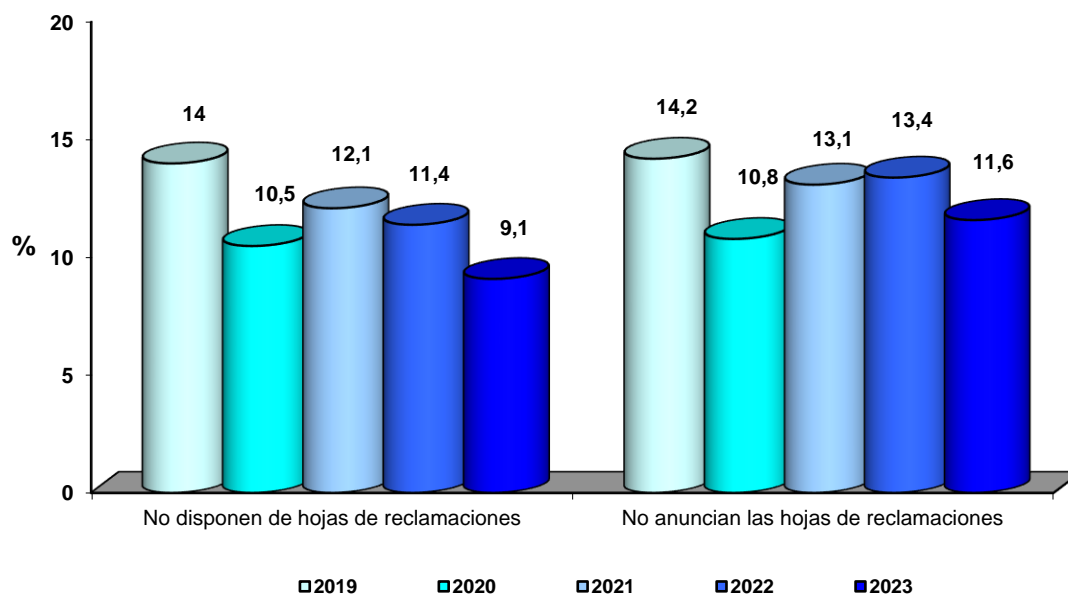
- No se facilita información antes de comprar sobre las garantías de los artículos que venden en el 18,3% de los casos, siendo está una información exigida por el artículo 60 del RDL 1/2007.
- En el 5,3% de los establecimientos inspeccionados se entregaba garantía comercial formalizada por escrito. Sin embargo, el 17,8% 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 9,1% de los establecimientos no disponen de hojas de reclamaciones, y el 11,6% 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 5.480 artículos de los cuales 379 presentaban irregularidades, lo que supone en términos generales el 6,9%.

Particularizando por tipo de productos, se han controlado:

- 1.210 artículos industriales de los cuales 66 (el 5,5%) presentaban alguna deficiencia.
- 2.619 artículos textiles de los que 178 (el 6,8%) presentaba alguna deficiencia.
- 578 artículos de marroquinería de los que 42 (el 7,3%) presentaban alguna deficiencia.
- 1.073 artículos de calzado de los que 93 (el 8,7%) presentaban alguna deficiencia.

Los principales resultados por tipo de artículos son:

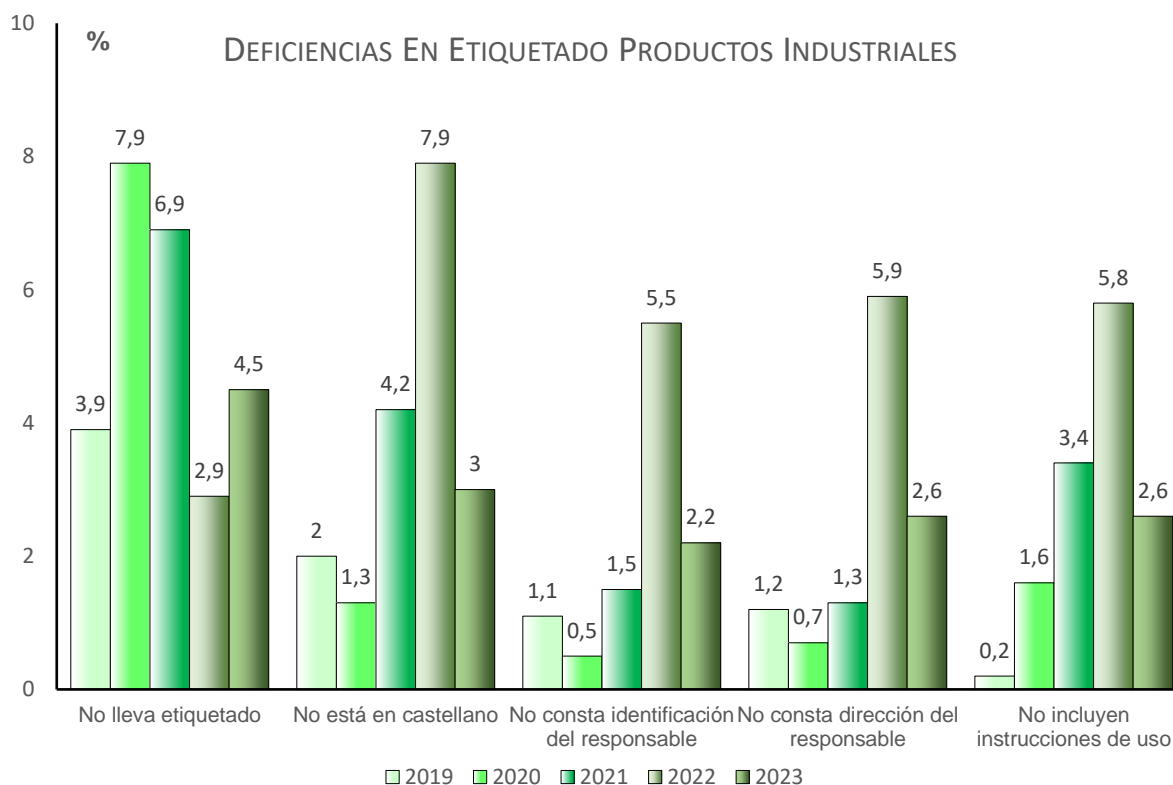
PRODUCTOS INDUSTRIALES

De los 1.210 artículos controlados a los que les era de aplicación la normativa de etiquetado de productos industriales el 4,5% no presentaban etiquetado

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

- El etiquetado no está en castellano en el 3,0% de los artículos controlados.
- No se identifica al responsable de la puesta en el mercado del producto en el 2,2%, ni se informa sobre su dirección en el 2,6%.
- No contiene la información sobre las características esenciales del producto, instrucciones de uso, manejo, etc. en el 2,6% de los casos.

Los datos de manera gráfica son:

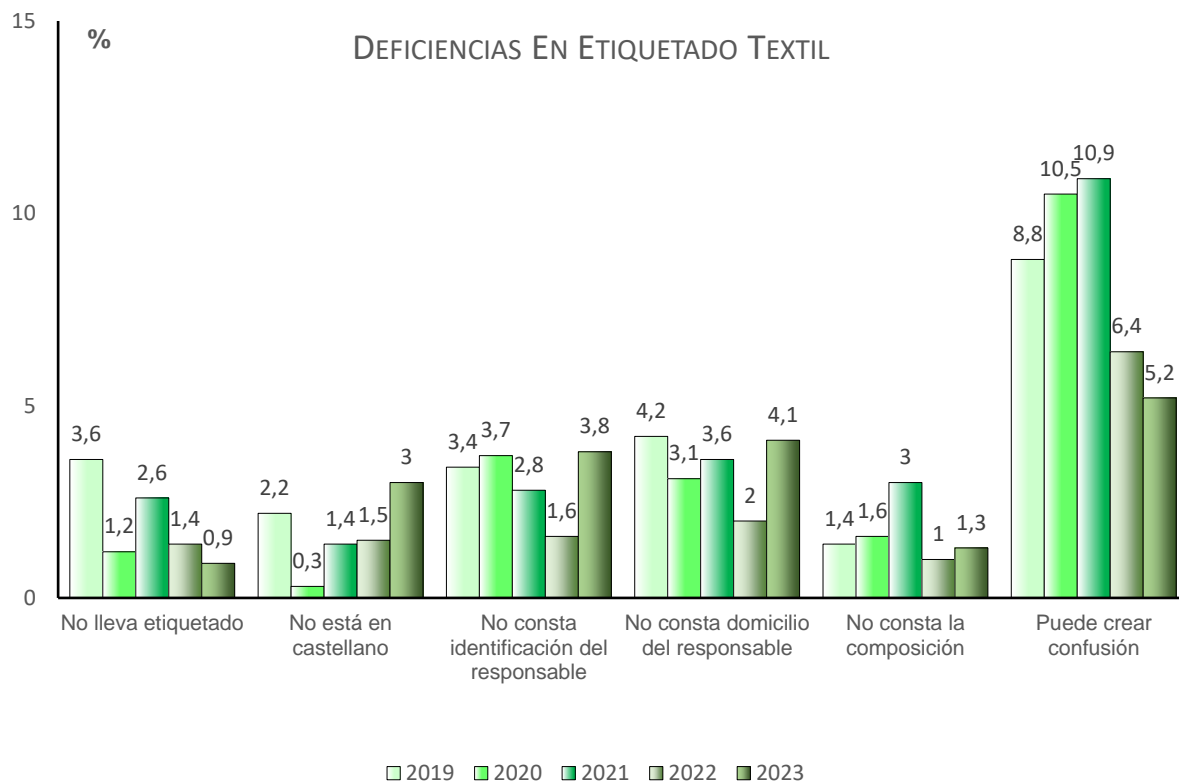


PRODUCTOS TEXTILES

Se han controlado 2.169 artículos, el 0,9% de los mismos no llevaba etiquetado.

Las irregularidades detectadas más significativas son:

- en el 3,8% de los casos no consta la identificación del responsable de la puesta en el mercado del producto y en el 4,1% no consta el domicilio del responsable anterior.
- el 5,2% de los etiquetados es susceptible de crear confusión
- el 3,0% del etiquetado no está al menos en castellano.

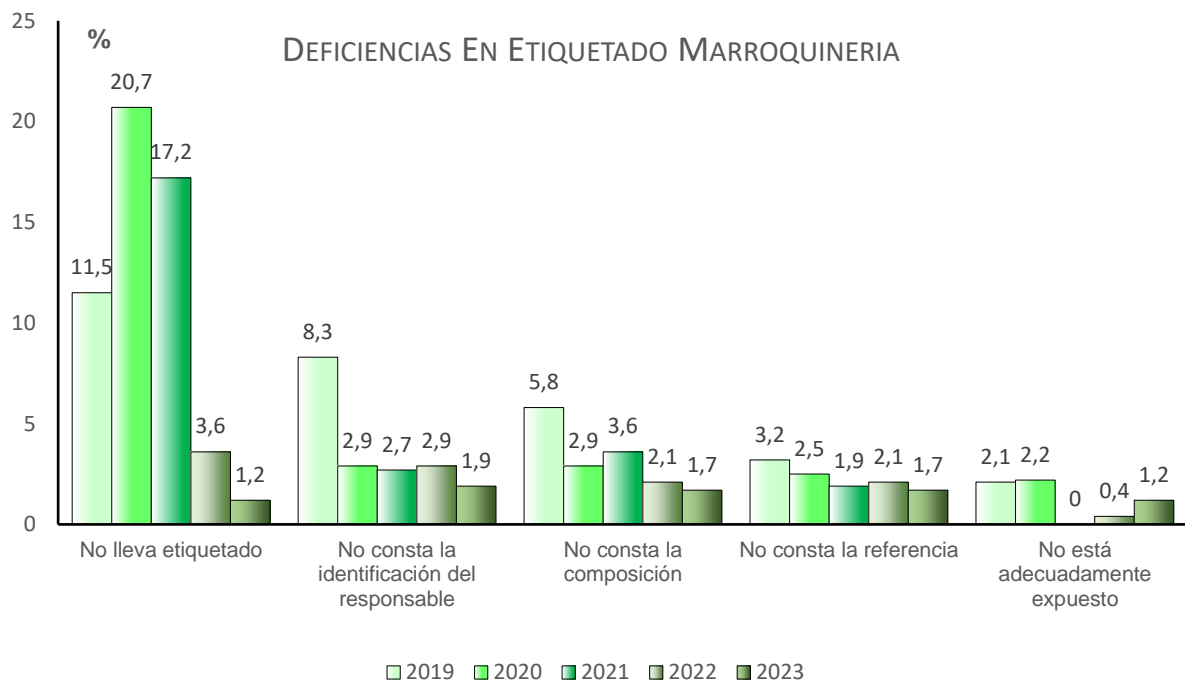


MARROQUINERIA

Se han controlado 578 artículos, de los cuales el 1,2% de los mismos no llevaba etiquetado.

Las irregularidades detectadas más significativas son:

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



CALZADO

En esta ocasión el control del etiquetado se ha extendido por primera vez a los artículos de calzado. Se han controlado 1.073 artículos, de los cuales el 1,4% de los mismos no llevaba etiquetado.

Las irregularidades detectadas más significativas son:

- No se exhibe el cartel explicativo de los pictogramas del calzado en el 21,6% de los casos cuando el etiquetado utiliza únicamente pictogramas.
- en el 7% de los casos el etiquetado induce a error al consumidor.

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 63,0% inicial hasta quedar fijado en el 11,0%.

Por otra parte, el índice global de productos con deficiencias ha sido del 6,9% el mismo dato que en el año anterior.