

EVALUACIÓN DE LA CAMPAÑA DE INSPECCIÓN Y CONTROL DE CONSUMO EN ESTABLECIMIENTOS DE ALIMENTACIÓN 2023

INTRODUCCIÓN

La campaña de inspección de establecimientos de alimentación se centró en aspectos que deben cumplir los establecimientos desde el punto de vista de consumo, como son los distintos requisitos generales que deben cumplir en cuanto a exposición de precios, corrección en la información exhibida, etc., y no entró en los requisitos técnico-sanitarios ni de calidad de los productos que venden, ni de los establecimientos en sí, ya que estos son objeto de seguimiento y control por parte de los servicios adscritos a Madrid Salud.

OBJETIVOS

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

- El control sobre aspectos generales de la publicidad.
- La 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.

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 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 16/1999, de 29 de abril, de comercio interior de la Comunidad de Madrid.
- Real Decreto 1619/2012, de 30 de noviembre, por el que se aprueba el Reglamento por el que se regulan las obligaciones de facturación.

- Real Decreto 3423/2000, de 15 de diciembre, por el que se regula la indicación de los precios de los productos ofrecidos a los consumidores y usuarios.
- Real Decreto 244/2016, de 3 de junio, por el que se desarrolla la Ley 32/2014, de 22 de diciembre, de Metrología.
- Ordenanza de Consumo de la ciudad de Madrid, de 30 de marzo de 2011.

EJECUCIÓN DE LA CAMPAÑA

La Campaña de Inspección y Control de Consumo en Establecimientos de Alimentación ha sido efectuada durante el año 2023 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 1.661 inspecciones, de las cuales 889 han sido en primera visita y 772 han sido visitas de comprobación.

En los 889 establecimientos controlados se han registrado irregularidades en 731 el 82,2% de los mismos.

Tras realizar las visitas de comprobación persistían irregularidades en 173 establecimientos con lo que el porcentaje de irregularidades disminuyó hasta el 19,5%.

RESULTADOS

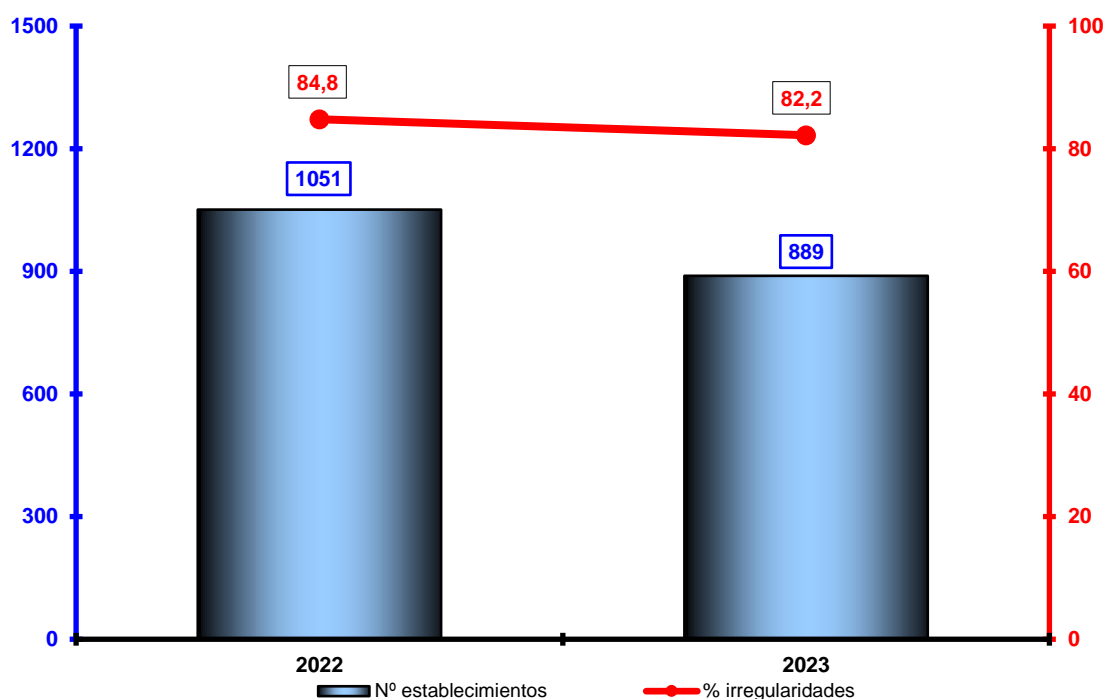
INSPECCIONES TOTALES (1º Y 2ª VISITA)	1.661
ESTABLECIMIENTOS INSPECCIONADOS	889
ESTABLECIMIENTOS CON IRREGULARIDADES	731 (82,2%)

HORARIO	%SI	%NO
Tiene expuesto el horario de atención al público en lugar visible desde el exterior incluso estando cerrado el establecimiento	81,9	18,1
PUBLICIDAD E INFORMACIÓN	%SI	%NO
La publicidad y la información exhibida no inducen a error o engaño	57,3	42,7
Facilitan la información precontractual obligatoria en su caso	69,1	30,9
EXHIBICIÓN DE PRECIOS	%SI	%NO
Se exhiben los precios de venta de los artículos expuestos en el escaparate, cuando disponga del mismo (n=405)	71,6	28,4
Se exhibe el precio total de venta de todos los productos puestos a disposición del consumidor en el interior del establecimiento	63,7	36,3
Se exhibe el precio por unidad de medida de aquellos artículos que deban llevarlo	65,2	34,8
Exhiben, en su caso, de forma visible las tarifas de precios de los servicios ofertados (n=205)	91,2	8,2
Están correctamente anunciados los precios de venta en los folletos o en cualquier otra forma de publicidad con indicación de precio	86,3	13,7
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	84,8	15,2
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	98,5	1,5
MEDIOS DE PAGO ADMITIDOS	%SI	%NO
Se aceptan los medios de pago admitidos legalmente.	100,0	0,0
En caso de existir excepciones, se anuncian en el establecimiento y/o documentos contractuales.	72,0	28,0
Se admiten toda clase de billetes.	97,0	3,0
Se admiten tarjetas de crédito estando anunciadas.	99,4	0,6
En caso de existir excepciones estas se anuncian	91,1	8,9

VERIFICACIÓN Y DESTARE	%SI	%NO
Las balanzas tienen correctas las etiquetas de verificación	45,4	54,6
Los precintos están correctos	70,6	29,4
El destare se realiza correctamente	83,7	16,3
DOCUMENTO JUSTIFICATIVO DE COMPRA	%SI	%NO
Se expide documento justificativo de los pagos efectuados.	94,1	5,9
En el documento anterior consta: -número y en su caso serie.	95,8	4,2
-la identidad personal o social y NIF del proveedor	77,5	22,5
-la dirección del proveedor	92,2	7,8
-la cantidad abonada	98,5	1,5
-tipo impositivo aplicado y opcionalmente IVA incluido	86,4	13,6
-el concepto	83,1	16,9
-la fecha.	98,0	2,0
-en su caso, se informa sobre el derecho de desistimiento, indicando sus plazos, condiciones y posibles limitaciones	92,6	7,4
Ausencia de cláusulas abusivas en este documento.	96,6	3,4
HOJAS DE RECLAMACIONES	%SI	%NO
Tienen a disposición de las/os consumidoras/es hojas de reclamaciones	81,6	18,4
Anuncia mediante cartel ajustado al modelo oficial la existencia de las hojas de reclamaciones de modo permanente y perfectamente visible al público	83,1	16,9

ANÁLISIS DE LOS DATOS DE LA CAMPAÑA

Los datos generales de la campaña muestran que en los 889 establecimientos inspeccionados 731 tenían alguna irregularidad con respecto a la normativa de consumo, lo que supone en términos relativos, un 82,2%, este valor mejora muy levemente el obtenido en el año anterior.



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

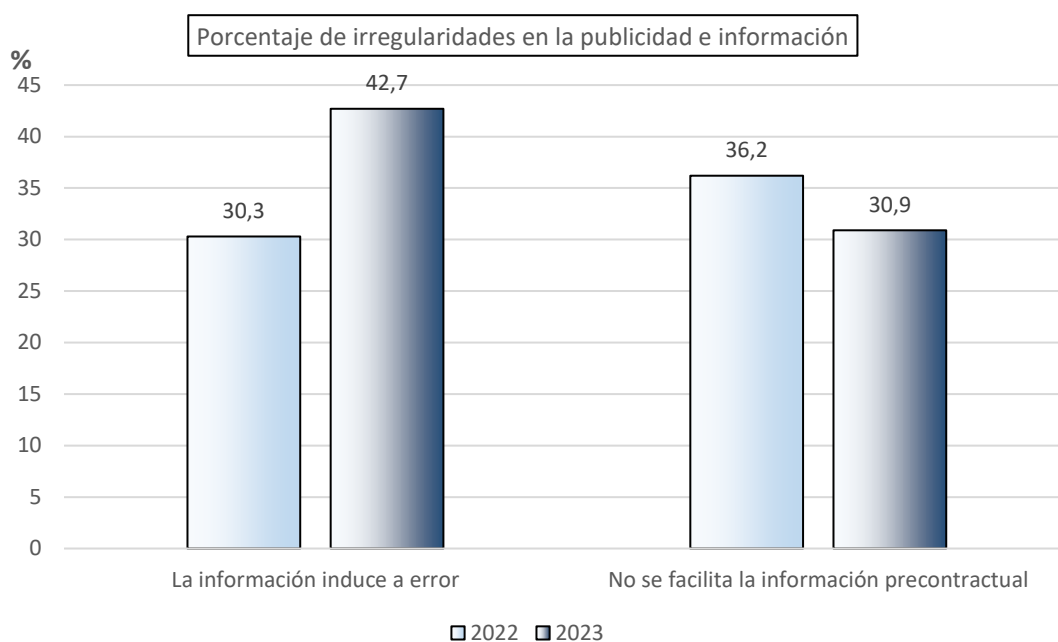
HORARIO

No tienen expuesto el horario de atención al público en lugar visible el 18,1% de los establecimientos visitados, en el 2022 el dato fue del 19,3%

PUBLICIDAD E INFORMACIÓN

En este módulo las infracciones más destacadas fueron que en el 42,7% de los casos la información podía inducir a error al consumidor y por otro lado no se facilitaba la información precontractual obligatoria en un 30,9% de los casos.

Los datos comparados con los de la campaña anterior son:

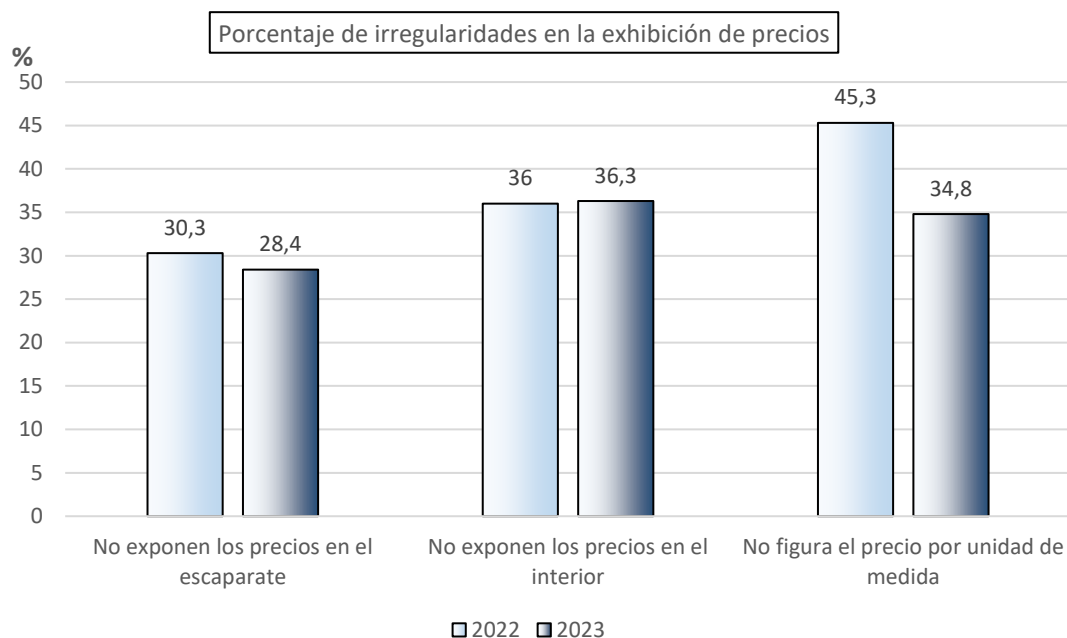


EXHIBICIÓN DE PRECIOS

En este módulo se lo más significativo fue:

- No exponían los precios en el 28,4% de los escaparates.
- No exponían los precios en el interior del 36,3% de los establecimientos.
- No figuraba el precio por unidad de medida en el 34,8% de los casos que se controlaron y que era preceptivo hacerlo.

A continuación, se exponen gráficamente los datos anteriores:



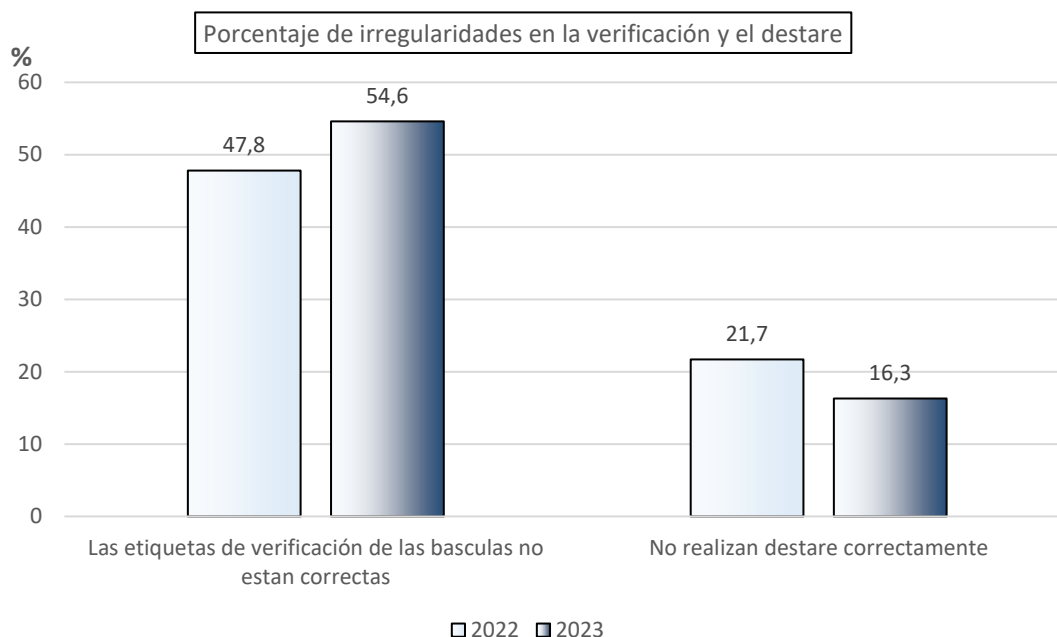
MEDIOS DE PAGO

Se admiten todos los medios de pago, existe un problema algo mayor con los billetes grandes que no se admiten en un 3,0% de los casos, y en los pocos casos en los que existen excepciones a la medios de pago no se informa de manera correcta en el 28,0% de los casos.

Los resultados son prácticamente calcados a los de la campaña anterior.

VERIFICACIÓN Y DESTARE

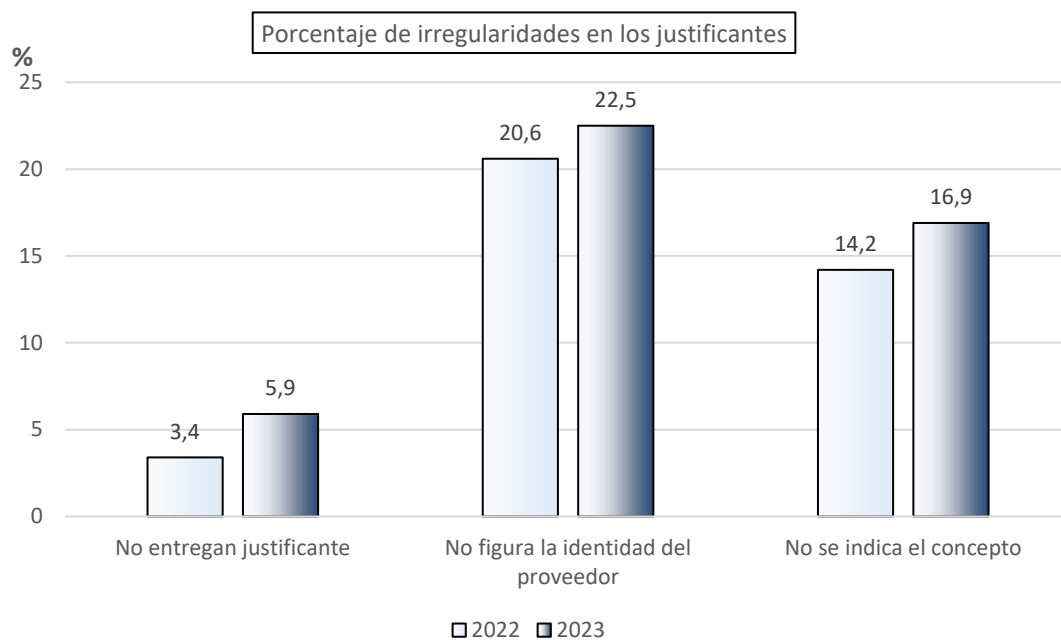
Más de la mitad de las balanzas controladas, el 54,6%, presentan irregularidades en las etiquetas de verificación, y en un 16,3% de los establecimientos que realizan operaciones de pesada no se realiza el destare correctamente.



DOCUMENTO JUSTIFICATIVO DE COMPRA

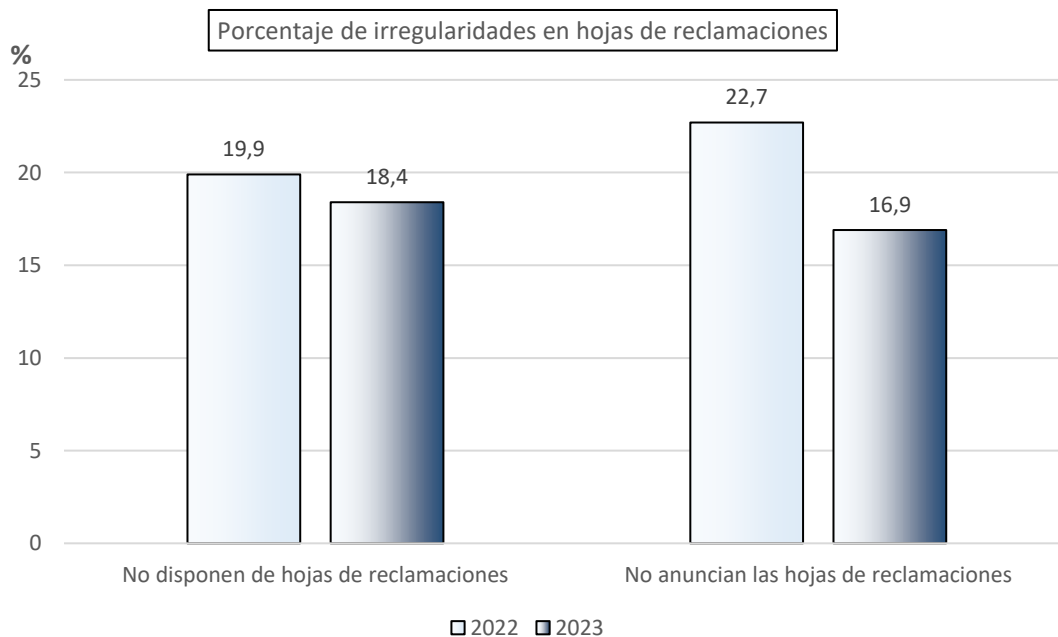
No se entrega documento justificante de la compra efectuada en el 5,9% de los establecimientos inspeccionados.

En cuanto a los justificantes de compra, la principal irregularidad que presentan es que no figura la identidad personal o social y fiscal del proveedor en el 22,5% de dichos justificantes.



HOJAS DE RECLAMACIONES

En el 18,4% de los establecimientos no disponen de hojas de reclamaciones, y el 16,9% no las anuncia mediante cartel ajustado al modelo oficial.



A pesar de haber descendido, el nivel de infracciones registrado tras la primera visita sigue siendo muy elevado, el 82,2%, si bien tras la visita de comprobación el nivel ha disminuido a prácticamente la cuarta parte, al 19,5%, tanto el elevado nivel inicial como el gran número de establecimientos existentes hacen aconsejable proseguir con la campaña durante el 2024.