

EVALUACIÓN DE LA CAMPAÑA DE INSPECCIÓN Y CONTROL DE ETIQUETADO DE PRODUCTOS DE FERRETERÍA 2023

INTRODUCCIÓN

Esta campaña forma parte del grupo de controles que persiguen revisar la información que llevan consigo los productos que son objeto de la misma, información que es fundamental para hacer un uso seguro y eficiente de esos productos. La campaña se ha llevado a cabo en establecimientos cuyo epígrafe es 475201: COMERCIO AL POR MENOR DE ARTÍCULOS DE FERRETERÍA.

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.
- 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.
- Real Decreto 1619/2012, de 30 de noviembre, por el que se aprueba el Reglamento por el que se regulan las obligaciones de facturación.
- Ordenanza de Consumo de la ciudad de Madrid, de 30 de marzo de 2011.

NORMATIVA DE CARÁCTER ESPECÍFICO

- Real Decreto 1468/1988, de 2 de diciembre, reglamento de etiquetado, presentación y publicidad de los productos industriales destinados a la venta directa de los consumidores.

EJECUCIÓN DE LA CAMPAÑA

Esta campaña se realizó durante el año 2023, y han participado Inspectores/as Técnicos/as de Calidad y Consumo del Instituto Municipal de Consumo.

Se han realizado un total de 191 inspecciones a 118 establecimientos registrándose irregularidades en 66 el 55,9% de los mismos.

Se ha controlado el etiquetado de 929 productos de los cuales 44 presentan alguna deficiencia en su etiquetado, lo cual en términos relativos supone el 4,7% de los productos controlados.

RESULTADOS ESTABLECIMIENTOS

INSPECCIONES TOTALES (1ª y 2ª vuelta)	191
ESTABLECIMIENTOS INSPECCIONADOS (1ª visita)	118
ESTABLECIMIENTOS CON IRREGULARIDADES	66 (55,9%)

HORARIO	%SI	%NO
Tienen expuesto el horario de atención al público en lugar visible desde el exterior incluso estando cerrado el establecimiento	94,0	6,0
PUBLICIDAD	%SI	%NO
La publicidad y la información exhibida inducen a error o engaño al consumidor (n=81)	72,8	27,2
Facilitan la información precontractual obligatoria en su caso	92,6	7,4
Se admiten tarjetas de crédito o débito estando anunciadas.	99,1	0,9
EXHIBICIÓN DE PRECIOS	%SI	%NO
Expone de forma visible el PVP de los artículos expuestos en el escaparate. (n=99)	68,7	31,3
Expone de forma visible el PVP de los artículos en el interior del establecimiento.	77,4	22,6
Expone el precio por unidad de medida en aquellos productos susceptibles de llevarlo. (n=56)	75,0	25,0
DOCUMENTO JUSTIFICATIVO DE LA COMPRA	%SI	%NO
Se entrega factura o recibo justificativo del pago efectuado.	100,0	0,0
Consta en los documentos anteriores: -número u en su caso serie	100,0	0,0
-la identidad personal o social y NIF del proveedor	93,1	6,9
-la cantidad abonada	100,0	0,0
-tipo impositivo aplicado y opcionalmente IVA incluido	99,1	0,9
-el concepto	99,0	1,0
-la fecha	100,0	0,0
-en su caso, se informa sobre el derecho de desistimiento, indicando sus plazos, condiciones y posibles limitaciones	91,7	8,3
Existen cláusulas abusivas en este documento	18,1	81,9

GARANTÍAS	%SI	%NO
Se facilita información antes de comprar sobre las garantías de los artículos que venden.	98,2	1,8
Se entrega garantía comercial en un soporte duradero.	0,9	
La garantía comercial está correctamente cumplimentada. (n=1)	100,0	0,0
HOJAS DE RECLAMACIONES	%SI	%NO
Tienen a disposición de las personas consumidoras hojas de reclamaciones	91,4	8,6
Anuncia mediante cartel ajustado al modelo oficial la existencia de las hojas de reclamaciones de modo permanente y perfectamente visible al público.	85,3	14,7

RESULTADOS PRODUCTOS

PRODUCTOS CONTROLADOS

929

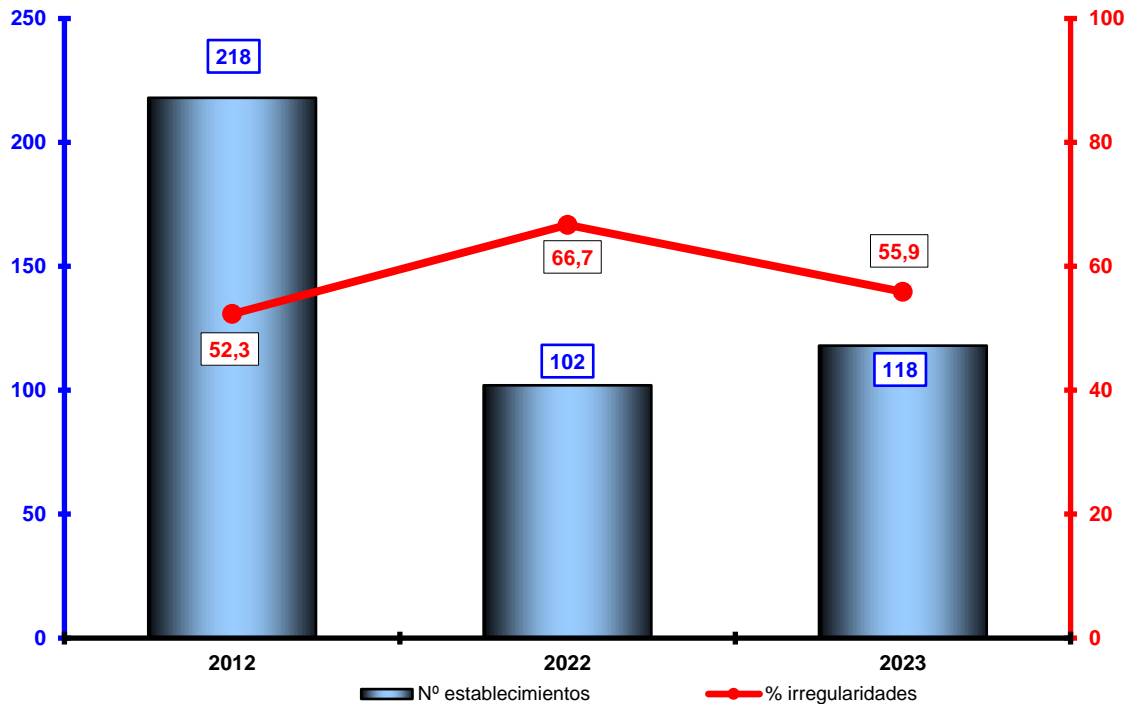
PRODUCTOS CON IRREGULARIDADES

44 (4,7%)

ETIQUETADO PRODUCTOS INDUSTRIALES	%SI	%NO
Existe etiquetado	98,9	1,1
En el etiquetado figura:		
-Nombre o denominación del producto	98,9	1,1
-Nombre o razón social del fabricante, envasador o vendedor establecido en la U.E.	98,5	1,5
-Domicilio del fabricante, envasador o vendedor.	98,4	1,6
-Composición.	98,6	1,4
-Plazo recomendado de uso.	100,0	0,0
-Contenido neto	100,0	0,0
-Características esenciales del producto, instrucciones, advertencias, recomendaciones de uso, manejo instalación o mantenimiento	99,6	0,4
-Potencia máxima (si utilizan energía eléctrica para su funcionamiento) (n=210)	100,0	0,0
-Tensión de alimentación (si utilizan energía eléctrica para su funcionamiento) (n=210)	100,0	0,0
-Consumo energético (si utilizan energía eléctrica para su funcionamiento) (n=210)	100,0	0,0
El etiquetado figura con caracteres visibles, indelebles y legibles	99,9	1,1
El etiquetado figura en castellano	97,6	2,4

ANÁLISIS DE LOS DATOS DE LA CAMPAÑA

Esta campaña se realizó anteriormente durante el año 2012 y 2022, los datos obtenidos en el presente control se van a comparar con los anteriores.



Los datos generales de la campaña muestran que en los 118 establecimientos inspeccionados 66 tenían alguna irregularidad con respecto a la normativa de consumo, lo que supone en términos relativos, un 55,9%, con posterioridad y tras una visita de comprobación el número de establecimientos en los que persistían irregularidades disminuye a 9 lo que significa que al final del año el 7,6% de los establecimientos presentaban alguna irregularidad.

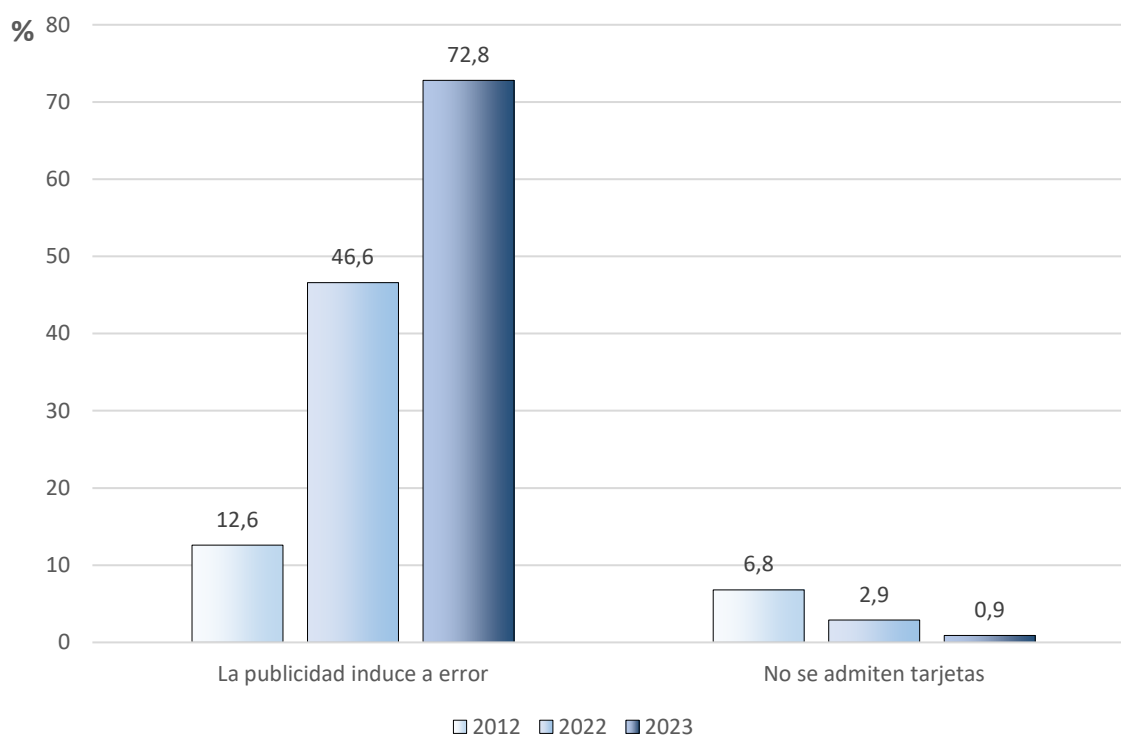
Los resultados más significativos se detallan por módulos a continuación:

HORARIO

En este módulo se ha comprobado que en el 6,0% no se exhibe el horario de atención al público.

PUBLICIDAD

En este caso la infracción más destacada fue que cuando se exhibía publicidad, en el 72,8% de los casos la información podía inducir a error al consumidor. También se registró que no se admitían tarjetas de crédito sin restricciones en un 0,9%.

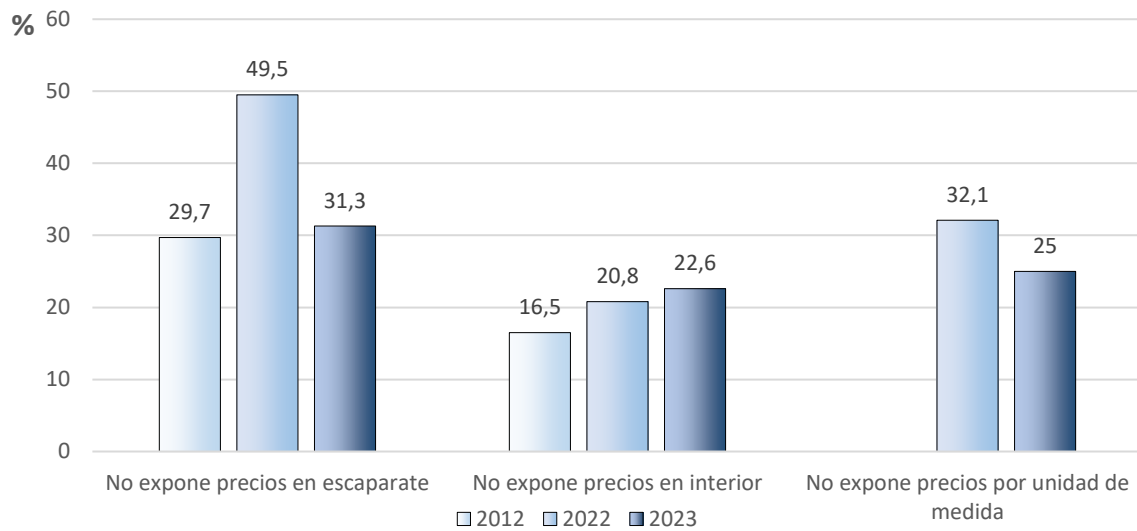


EXHIBICIÓN DE PRECIOS

En este módulo se registraron irregularidades en los tres aspectos controlados:

- No exponían los precios en el 31,3% de los escaparates.
- No exponían los precios en el interior del 22,6% de los establecimientos.
- No figuraba el precio por unidad de medida en el 25,0% de los casos que se controlaron y que era preceptivo hacerlo.

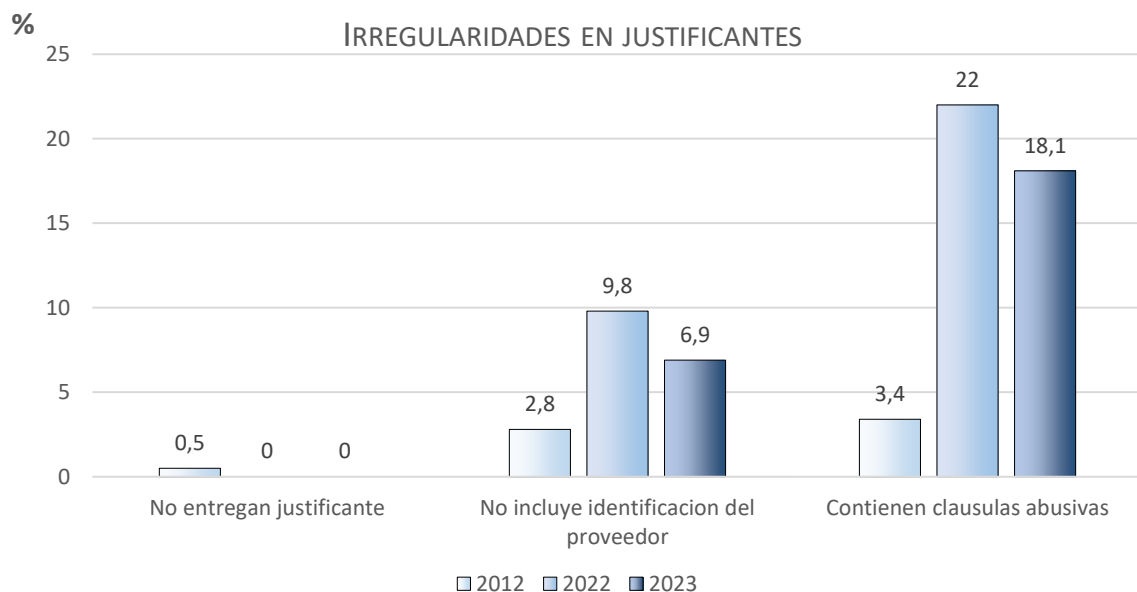
Los datos anteriores comparados gráficamente:



DOCUMENTO JUSTIFICATIVO DE LA COMPRA

En este módulo la irregularidad más significativa fue que en el 18,1% de dichos documentos existían cláusulas que iban en contra de los derechos de los consumidores.

También es de destacar que en el 6,9% de los justificantes de compra falta la información referente a la identidad del proveedor.

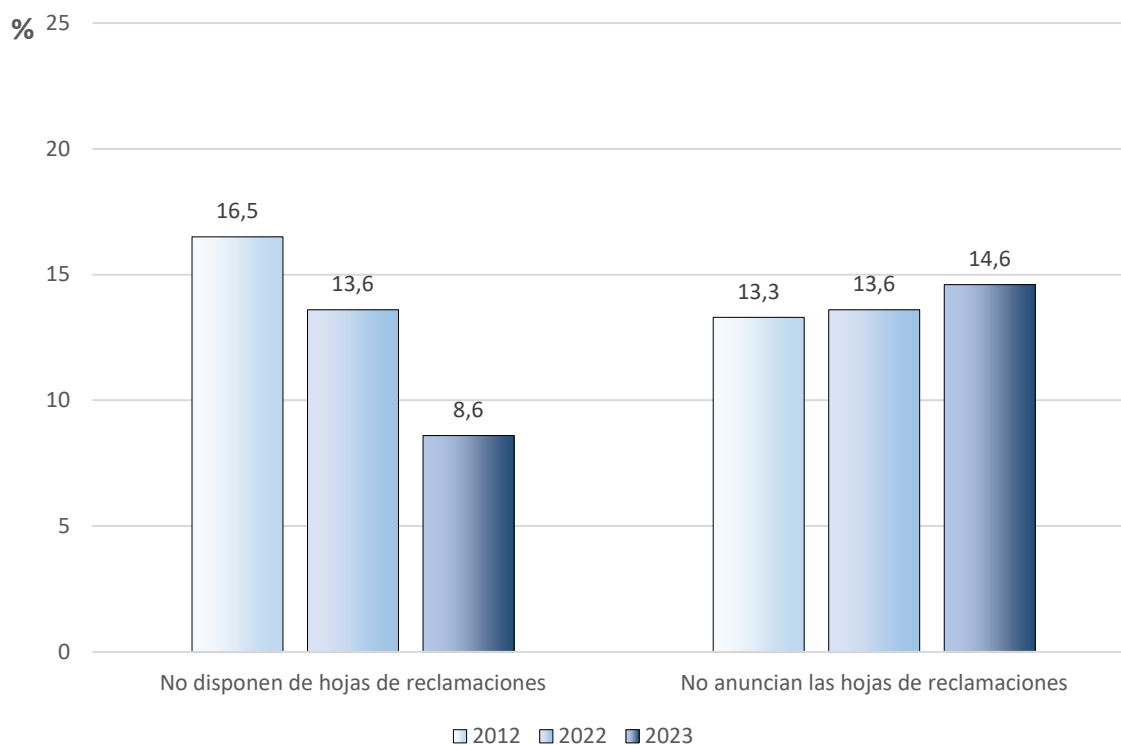


GARANTÍAS

La irregularidad más destacada de este módulo fue que en el 1,8% de los casos no se facilitaba al consumidor información previa sobre las garantías de los artículos que vendían.

HOJAS DE RECLAMACIONES

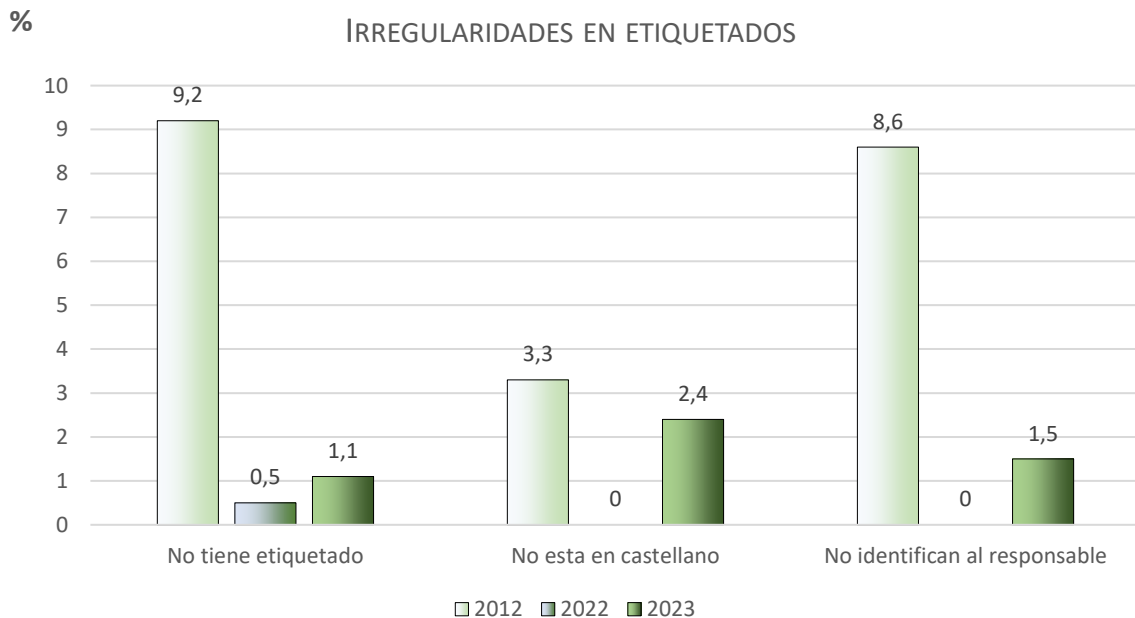
En este apartado se comprobó que no disponían de hojas de reclamaciones en el 8,6% de los casos, y no anunciaban la existencia de las hojas de reclamaciones en el 14,6% de los casos.



ETIQUETADO DE PRODUCTOS

Durante la campaña se ha controlado la información que incorporan los artículos que se venden en este tipo de establecimientos. El control se ha efectuado sobre 929 artículos de los cuales el 1,1% no disponían de etiquetado.

Entre las infracciones destaca que el 2,4% no dispone de la información obligatoria del etiquetado en castellano, y en el 1,5% no figura la información del fabricante o del responsable de la puesta en el mercado.



Como conclusión a la vista de los resultados el nivel de infracciones en cuanto a los requisitos que se deben cumplir en los establecimientos fue alto, un 55,9%, si bien mejora el resultado del año 2022 que fue del 66,7%, tras la visitas de comprobación el porcentaje de establecimientos en los que persisten infracciones se reduce al 7,6%.

En cuanto a los productos que se venden en este tipo de establecimientos, el nivel de cumplimiento es muy elevado únicamente 44 de los 929 productos controlados presentaban algún tipo de irregularidad en su etiquetado, aunque en esta ocasión los datos son peores que los del año anterior.