

# **EVALUACIÓN DE LA CAMPAÑA DE INSPECCIÓN Y CONTROL DE VENTA POR INTERNET 2023**

## **INTRODUCCIÓN**

La presente campaña es una acción de control periódica ininterrumpida sobre la actividad desarrollada de comercio electrónico. La importancia de esta actividad ha ido incrementándose a lo largo de los años y más aún durante la pandemia. En este año la actividad inspectora ha disminuido después de dos años muy intensos de control de esta actividad.

## **OBJETIVOS**

Los objetivos principales de la presente campaña de inspección fueron:

- Comprobar el cumplimiento de la normativa de consumo en general y de la específica en particular en concreto la Ley 34/2002, de 11 de julio, de Servicios de la sociedad de la información y de comercio electrónico en cuanto a los requisitos de información en ella contenidos, en concreto:
- Comprobar si se ofrece información suficiente sobre las características de los productos y servicios ofrecidos y su precio.
- Verificar la inclusión de la información de la identidad del titular de la actividad, incluyendo el domicilio.
- Comprobar que no exista publicidad falsa o engañosa que pueda inducir a error al/a la consumidor/a.
- Verificar si se informa del derecho de desistimiento y de si se realizaría conforme a lo establecido normativamente.
- Controlar si se expiden justificantes de pago y si estos son correctos.
- Comprobar la existencia y el anuncio de las hojas de reclamaciones.

## **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 34/2002, de 11 de julio, de Servicios de la Sociedad de la Información y de Comercio Electrónico.
- Ordenanza de Consumo de la ciudad de Madrid, de 30 de marzo de 2011.

## **EJECUCIÓN DE LA CAMPAÑA**

Esta campaña ha sido efectuada durante todo el año 2023 por Inspectores Técnicos de Calidad y Consumo del Ayuntamiento de Madrid.

Se han realizado un total de 246 inspecciones a 142 empresas, de las inspecciones totales 104 corresponden a inspecciones de comprobación.

En las 142 empresas controladas se han registrado irregularidades en 123 el 86,6% de las mismas.

Tras la visita de comprobación el porcentaje de irregularidades queda reducido al 17,9%.

**RESULTADOS**

INSPECCIONES TOTALES (1ª y 2ª vuelta)	246
ESTABLECIMIENTOS INSPECCIONADOS (1ª visita)	142
ESTABLECIMIENTOS CON IRREGULARIDADES	123 (86,6%)

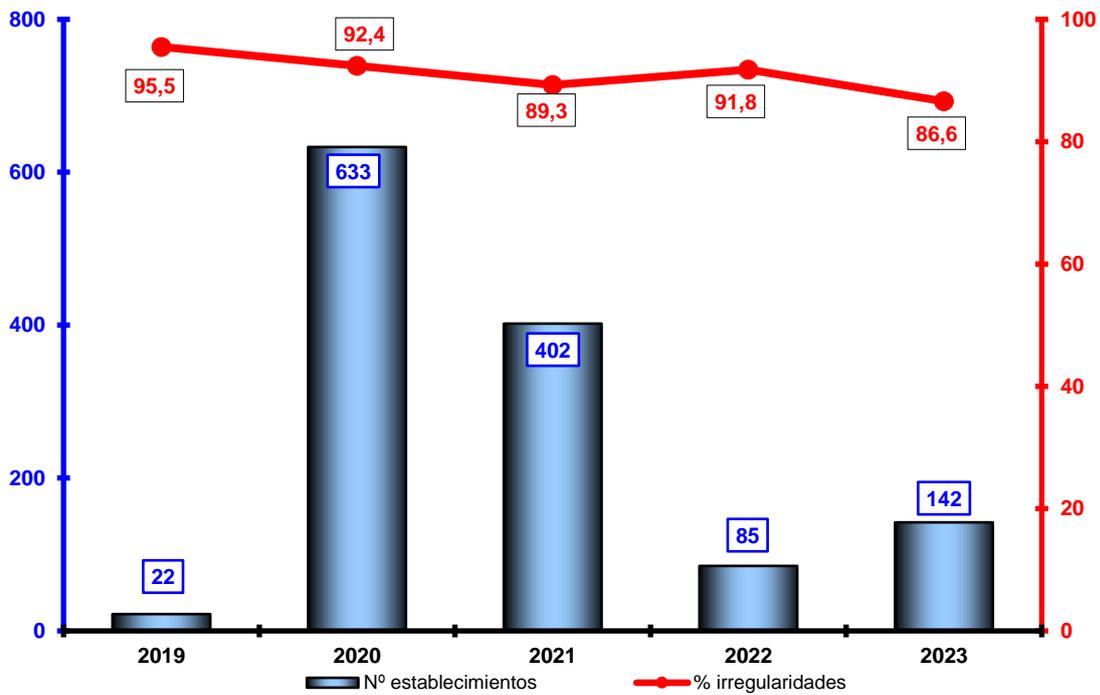
<b>IDENTIFICADOR DEL PROVEEDOR</b>	<b>%SI</b>	<b>%NO</b>
Consta en la página Web el nombre o la denominación social	88,0	12,0
Consta el domicilio, o la dirección del establecimiento permanente	95,8	4,2
Consta la dirección de correo electrónico	97,9	2,1
¿Constan los datos de la inscripción en el Registro Mercantil?	63,2	36,8
Si la actividad precisara de autorización previa, ¿se indican los datos de dicha autorización y se identifica el órgano competente de su supervisión? (n=9)	66,7	33,3
Si se ejerce una profesión regulada constan todos los datos del punto d del artículo 10 (n=7)	71,4	28,6
¿Consta el número de identificación fiscal que le corresponda?	81,9	18,1
<b>INFORMACIÓN PRECONTRACTUAL</b>	<b>%SI</b>	<b>%NO</b>
Consta información sobre:		
-las características principales del producto o servicio	90,0	10,0
-el precio total incluido todos sus impuestos	88,3	11,7
-los gastos de entrega y transporte en su caso	75,4	24,6
-procedimientos de pago, entrega y ejecución	89,2	10,8
-fecha de entrega, ejecución del contrato	82,1	17,9
-la duración del contrato, o si el contrato es de duración indeterminada o se prolonga de forma automática, las condiciones de resolución (n=71)	88,7	11,3
-cuando proceda, duración mínima de las obligaciones de la persona consumidora derivadas del contrato (n=62)	96,8	3,2
-recordatorio de la existencia de una garantía legal de conformidad para los bienes, la existencia y las condiciones de los servicios postventa y las garantías comerciales	40,7	59,3
-lengua o lenguas en las que podrá formalizarse el contrato, cuando esta no sea la lengua en la que se le ha ofrecido la información previa a la contratación	90,5	9,5
Cuando proceda, la existencia de asistencia postventa, servicios posventa y garantías comerciales, así como sus condiciones	75,8	24,2
La dirección del establecimiento del empresario donde la persona consumidora pueda dirigir sus reclamaciones	60,0	40,0

<b>OBLIGACIONES PREVIAS A LA CONTRATACIÓN</b>	<b>%SI</b>	<b>%NO</b>
Se informa sobre: -los distintos trámites para celebrar el contrato	90,2	9,8
-si el prestador del servicio va a archivar el documento electrónico en que se formalice el contrato y si este va a ser accesible	79,2	20,8
-cómo identificar y corregir errores en los datos	81,2	18,8
-las condiciones generales a las que deba sujetarse el contrato	88,6	11,4
-las condiciones anteriores pueden ser almacenadas y reproducidas por el destinatario	82,2	17,8
Se incluye el enlace a la plataforma de resolución de litigios en línea de la Unión Europea	36,6	63,4
La persona consumidora tiene la posibilidad de confirmar expresamente que es consciente de la obligación de pago mediante un botón o función similar etiquetado con la expresión «pedido con obligación de pago» o similar	89,6	10,4
<b>DOCUMENTO CONTRACTUAL</b>	<b>%SI</b>	<b>%NO</b>
En caso de existir cláusulas no negociadas: son concretas, claras, sin reenvíos a textos o documentos que no se faciliten previa o simultáneamente a la conclusión del contrato, a los que en todo caso deberá hacerse referencia.	67,8	32,2
Accesibilidad y legibilidad, de forma que el consumidor pueda conocer previamente su existencia y contenido.	83,8	16,2
Existen cláusulas abusivas en los contratos	35,1	64,9
<b>PUBLICIDAD</b>	<b>%SI</b>	<b>%NO</b>
Existe publicidad que pueda inducir a error al/a la consumidor/a	31,1	68,9
Las leyendas o cláusulas que exhiben respetan los derechos de las/os consumidoras/es	63,9	36,1
<b>DERECHO DE DESISTIMIENTO</b>	<b>%SI</b>	<b>%NO</b>
Cuando exista un derecho de desistimiento se informa sobre las condiciones, el plazo y los procedimientos para ejercitarlo	72,2	27,8
Cuando no proceda el derecho de desistimiento, la indicación de que a la persona consumidora no le asiste tal derecho	87,2	12,8
El plazo de desistimiento es, como mínimo de 14 días naturales	80,6	19,4
Cuando exista un derecho de desistimiento se proporciona el modelo de formulario de desistimiento	55,1	44,9
Cuando proceda, la indicación de que el consumidor asume el coste de la devolución	80,0	20,0
Se entrega en soporte duradero la información anterior una vez confirmada la contratación	85,2	14,8

<b>INFORMACIÓN Y DOCUMENTACIÓN JUSTIFICATIVA DEL CONTRATO</b>	<b>%SI</b>	<b>%NO</b>
Se entrega recibo justificante, copia o documento acreditativo de la operación de compraventa efectuada	78,9	21,1
Constan en los documentos anteriores:		
-la identificación personal o social y fiscal del/de la proveedor/a	100,0	0,0
-la cantidad abonada	98,8	1,2
-el concepto por el que se satisface	100,0	0,0
-la fecha	100,0	0,0
En su caso figura la fecha en que el/la empresario/a se compromete a entregar los bienes o a ejecutar la prestación del servicio	97,3	2,7
Ausencia de cláusulas abusivas o que induzca a error en los documentos anteriores u otros	93,8	6,2
Se facilita confirmación del contrato celebrado en soporte duradero y en un plazo razonable	95,1	4,9
<b>HOJAS DE RECLAMACIONES</b>	<b>%SI</b>	<b>%NO</b>
Disponen de hojas de reclamaciones	75,4	24,6
Informan de la existencia de las hojas de reclamaciones y de la forma de acceder a las mismas	47,0	53,0

## ANÁLISIS DE LOS DATOS DE LA CAMPAÑA

Los resultados obtenidos durante las cinco últimas campañas han sido:



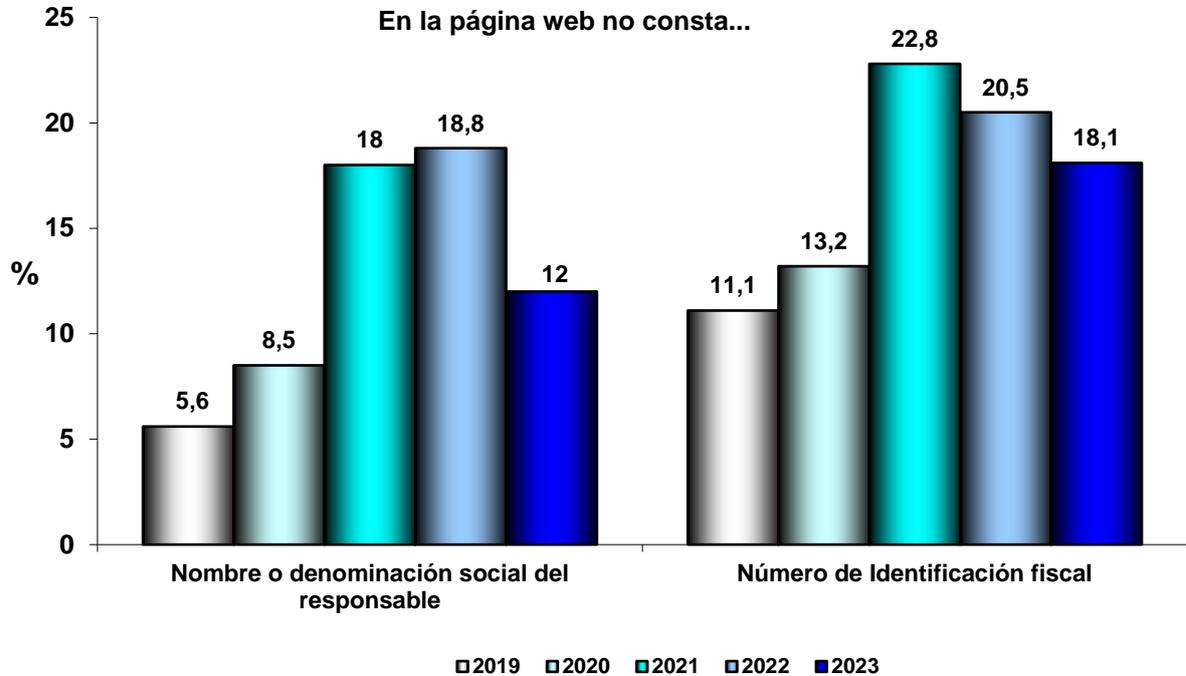
Los resultados más significativos se detallan por módulos a continuación:

### IDENTIFICADOR DEL/DE LA PROVEEDOR/A

En este módulo las infracciones más significativas son:

- No consta el nombre o la denominación social del/de la responsable de la oferta en el 12,0% de las páginas investigadas.
- En un 18,1% no consta el NIF del/de la responsable.

Los datos comparados de los cinco últimos años son:



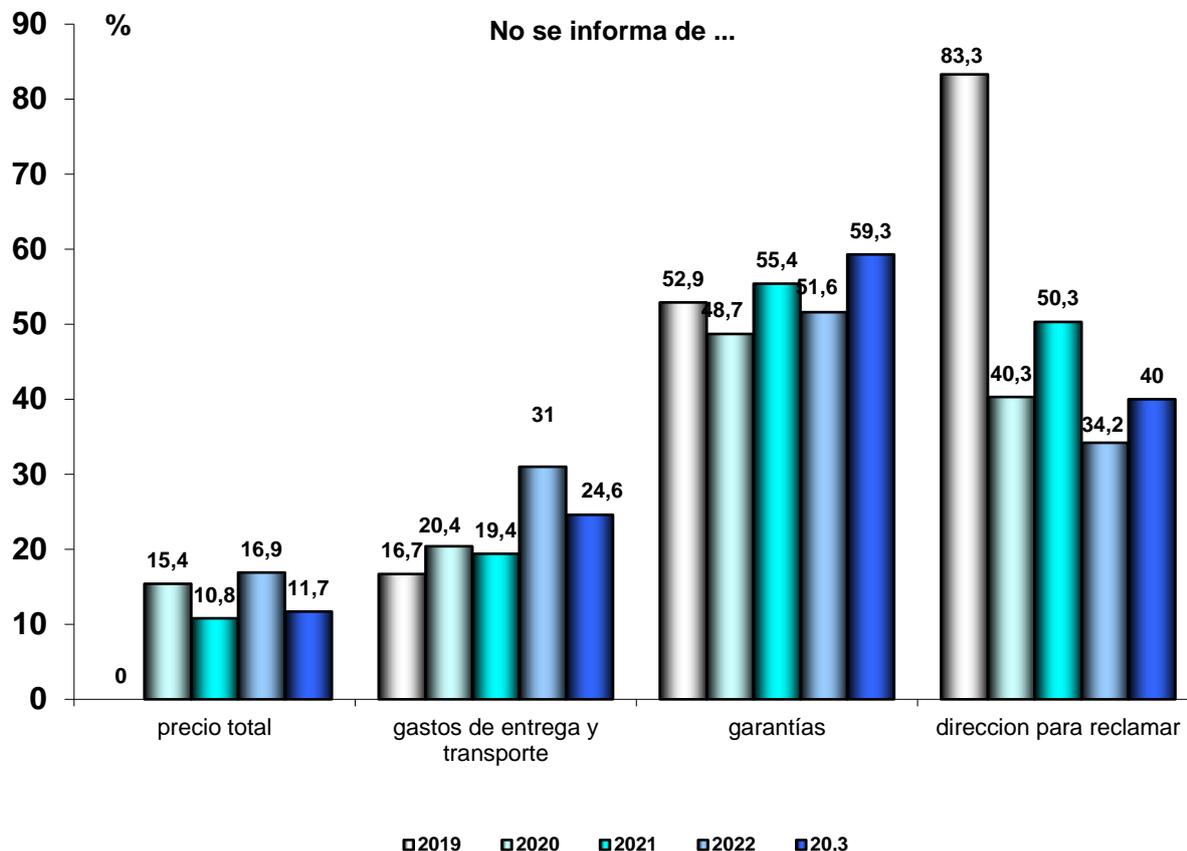
Los datos de la presente campaña mejoran los de las dos campañas anteriores, siendo el descenso más significativo en la cuestión de la identificación del responsable.

## INFORMACIÓN PRECONTRACTUAL

Los datos más significativos en este apartado son los siguientes:

- No se informa sobre las garantías en el 59,3%.
- No se informa de la dirección del establecimiento donde el consumidor pueda dirigir sus reclamaciones en el 40,0%.
- La información sobre los gastos de entrega y transporte no consta en el 24,6% de los casos en que es aplicable.
- No consta la información sobre el precio total de los artículos o servicios que ofertan en el 11,7% de las páginas web controladas.

Los datos comparados de las cinco últimas campañas son:

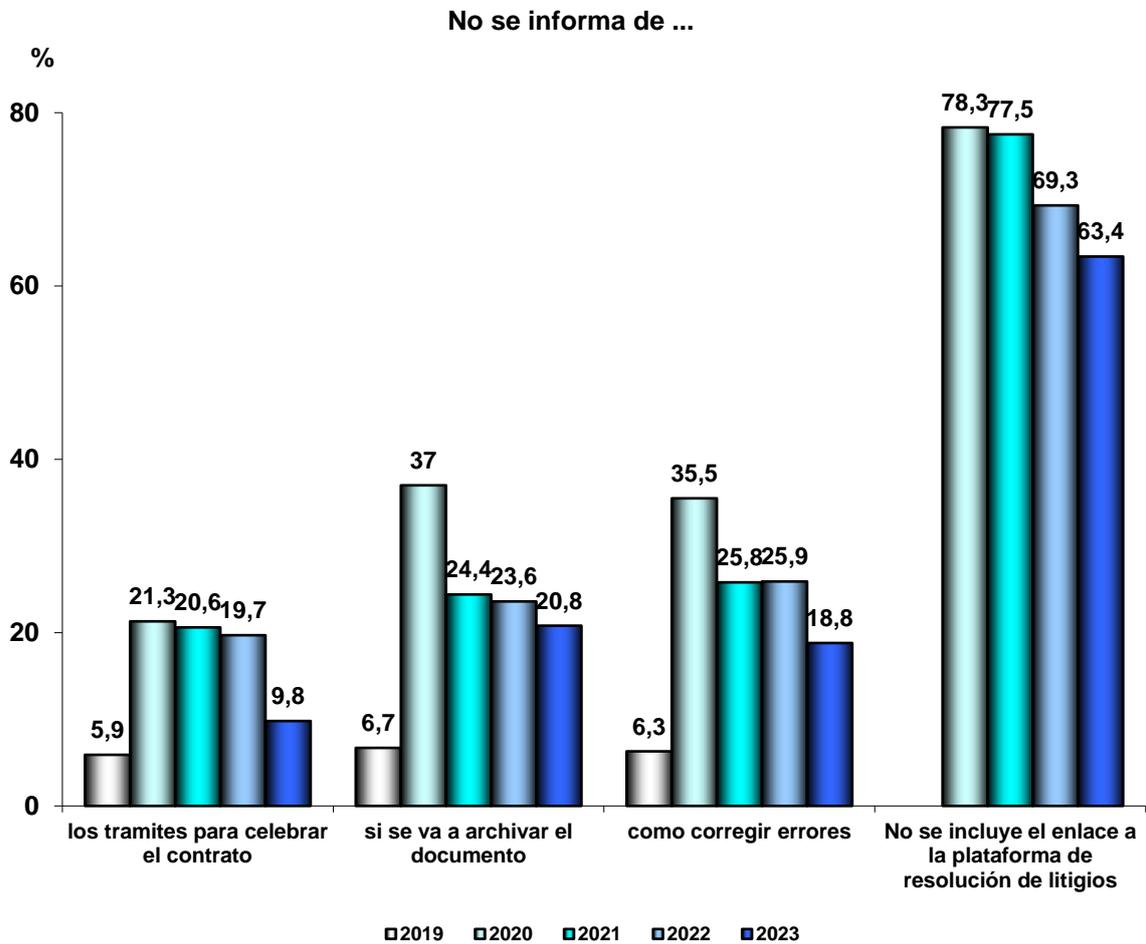


## OBLIGACIONES PREVIAS A LA CONTRATACIÓN

Las irregularidades que se han detectado en este apartado han sido:

- No se incluye en el 63,4% el enlace a la plataforma de resolución de litigios de la Unión Europea.
- No se indica si se va a archivar el documento en que se formalice el contrato y si este va a ser accesible en el 20,8% de los casos.
- Tampoco se ofrece información de cómo identificar o corregir errores en el 18,8% de los casos
- No se informa de los condiciones generales del contrato en el 11,4%.
- No se informa sobre los distintos trámites a realizar para celebrar el contrato en el 9,8% de los casos.

Los datos de las cinco últimas campañas son:



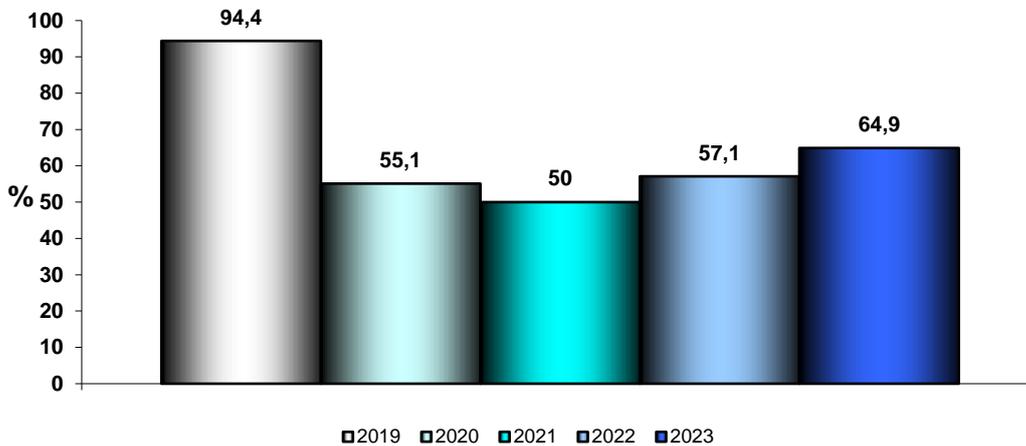
Se mantiene la tendencia de las últimas campañas, con un ligero descenso en el porcentaje de infracciones con respecto a la campaña anterior.

## DOCUMENTO CONTRACTUAL

Como en ocasiones anteriores la deficiencia más importante de este apartado es la inclusión de cláusulas abusivas en los contratos, el 64,9%, incluyen cláusulas abusivas.

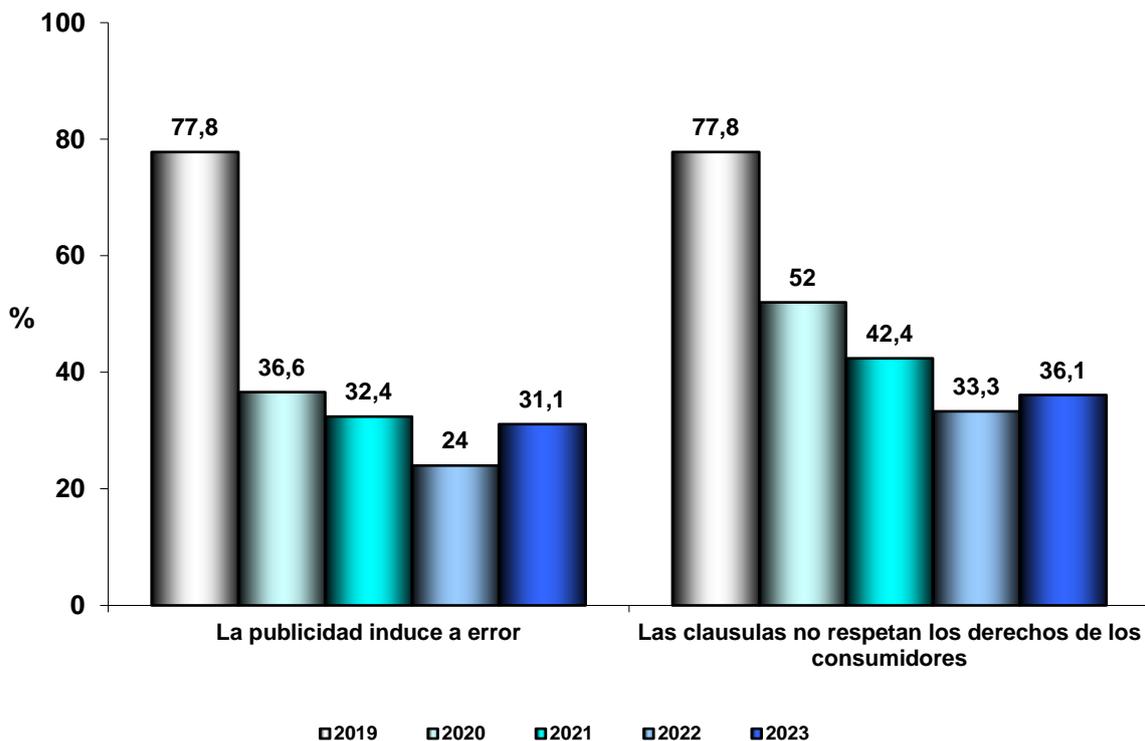
El dato de la deficiencia puesto en comparación quedaría

**Irregularidades en los contratos**



**PUBLICIDAD**

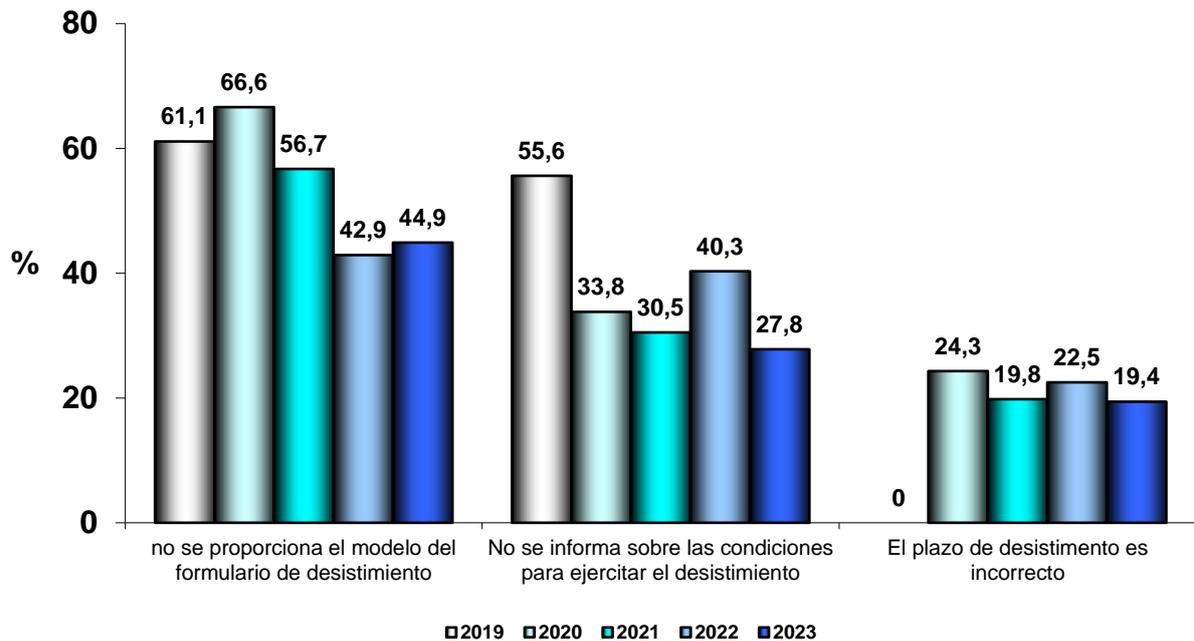
- El 31,1% de las páginas Web tenía contenido que podían inducir a error a la persona consumidora.
- El porcentaje de páginas Web donde se han detectado leyendas o cláusulas que no respetaban los derechos de los consumidores es del 36,1%.



## DOCUMENTO DE DESISTIMIENTO

La irregularidad más destacable en este apartado es que no se proporciona el modelo del formulario de desistimiento en el 44,9% cuando existe el derecho de desistimiento.

El resto de las irregularidades se pueden ver en el gráfico siguiente donde se comparan con los de las anteriores campañas

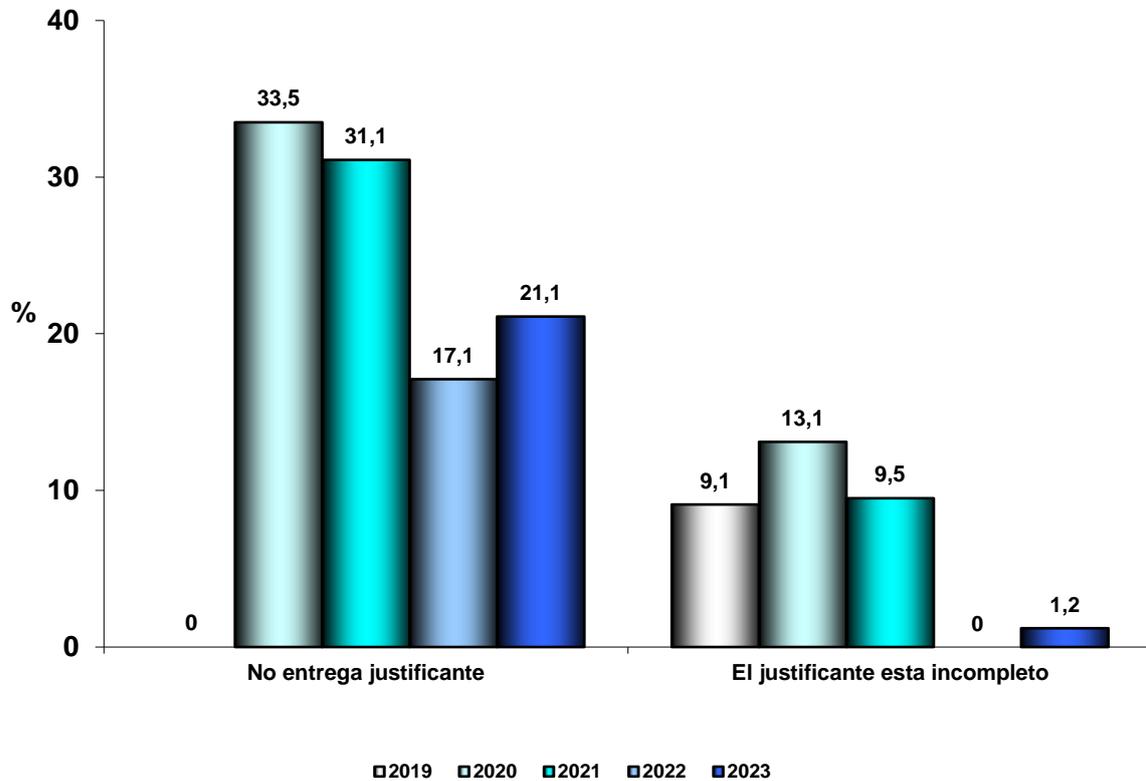


## INFORMACIÓN Y DOCUMENTACIÓN JUSTIFICATIVA DEL CONTRATO

Las infracciones detectadas en este apartado son:

- En el 21,1% de los casos no se entrega justificante acreditativo de la operación de compraventa efectuada.
- El 6,2% de los justificantes contiene cláusulas que no respetan los derechos de las/os consumidoras/es.
- En el 1,2% de los casos no se indica la cantidad abonada.

Los datos anteriores se comparan con los de anteriores campañas en el gráfico siguiente:

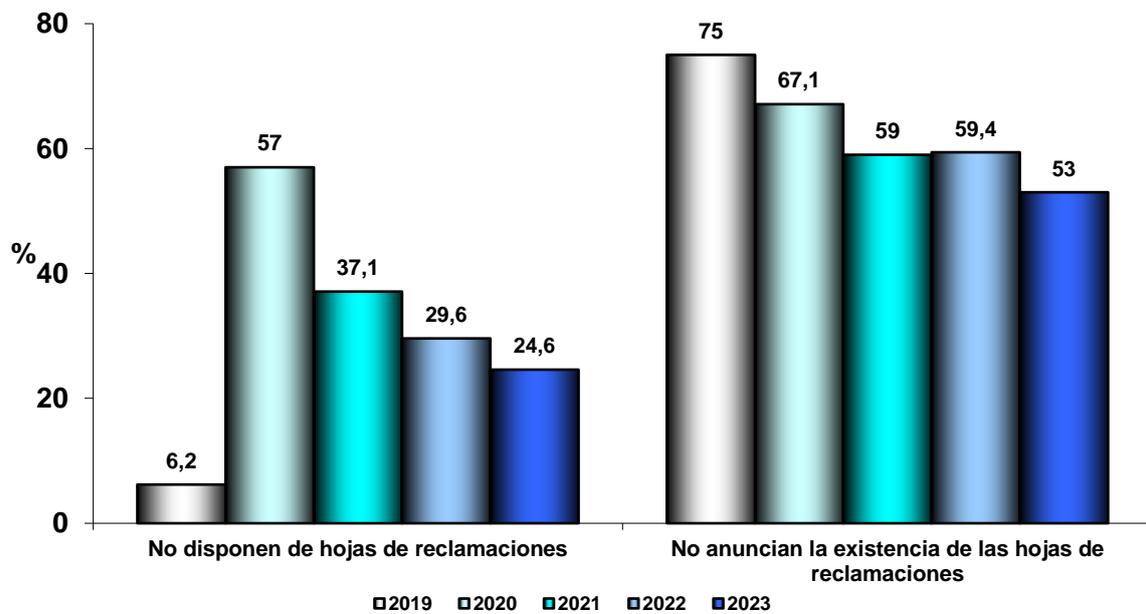


## HOJAS DE RECLAMACIONES

En este último módulo, los aspectos controlados han arrojado los siguientes resultados:

- Un 53,0% de las páginas no informan sobre la existencia de hojas de reclamaciones y de la forma de acceder a ellas.
- El 24,6% de las empresas no dispone de hojas de reclamaciones.

Los datos de los últimos años son:



Como conclusión a la vista de los datos reflejados en este documento, el nivel de infracciones se mantiene alto, por encima del 85% a pesar de ser el mejor dato de los últimos cinco años.

El porcentaje global de infracciones tras la inspección inicial ha disminuido más de cinco puntos situándose en el 86,6%, la mejoría con respecto a la campaña anterior es evidente pero no suficiente, a pesar de ello hay que señalar que tras la comprobación de subsanación de deficiencias se mantienen irregularidades en 22 páginas web, por lo que el porcentaje de irregularidades queda finalmente reducido al 17,9%, dato mejor que el 28,2% del año 2022.

El alto porcentaje de irregularidades y la importancia de esta modalidad de venta justifican sobradamente la continuación de esta campaña de manera ininterrumpida.