

EVALUACIÓN DE LA CAMPAÑA DE INSPECCIÓN Y CONTROL DE ALQUILER DE EFECTOS PERSONALES 2022

INTRODUCCIÓN

Esta campaña de inspección, que se realizó de manera específica a los establecimientos de este epígrafe, perseguía la revisión de la totalidad de los establecimientos registrados en la aplicación del censo cuestión que estaba facilitada por el escaso número de los mismos, 29 en total.

OBJETIVOS

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

- La protección del derecho a la información que tienen reconocido por Ley las personas consumidoras en relación con la actividad desarrollada en este tipo de establecimientos.
- 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.
- El respeto de los derechos económicos de las personas consumidoras.
- Y en general comprobar que se cumple con lo dispuesto en la normativa vigente.

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 y todas las posteriores modificaciones.
- 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 1619/2012, de 30 de noviembre, por el que se aprueba el Reglamento por el que se regulan las obligaciones de facturación.

EJECUCIÓN DE LA CAMPAÑA

La Campaña ha sido efectuada durante el año 2022 por Inspectores Técnicos de Calidad y Consumo del Instituto Municipal de Consumo.

De los 29 establecimientos de los que inicialmente se componía el censo 15 se encontraban cerrados y en 10 la actividad que realizaban no correspondía con la que es objeto de la campaña.

En los 4 establecimientos controlados la única irregularidad registrada era que en el justificante de compra faltaba la información obligatoria que se refiere a la identidad del proveedor, en el resto de los aspectos controlados durante la campaña son se han registrado incumplimientos.

La irregularidad detectada fue subsanada y la campaña ha servido principalmente para actualizar el censo que se ha visto afectado sin duda por dos motivos, la pandemia que ha provocado el cierre de muchos establecimientos y el largo tiempo transcurrido desde la carga inicial del censo que ha conllevado su desactualización.

RESULTADOS

ESTABLECIMIENTOS INSPECCIONADOS

4

ESTABLECIMIENTOS CON IRREGULARIDADES

1 (25,0%)

HORARIO	%SI	%NO
Tiene expuesto el horario de atención al público en lugar visible desde el exterior incluso estando cerrado el establecimiento	100,0	0,0
PUBLICIDAD E INFORMACIÓN		
La publicidad y la información exhibida inducen a error o engaño	100,0	0,0
Facilitan la información precontractual obligatoria en su caso	100,0	0,0
Se admiten tarjetas de crédito o débito estando anunciadas	100,0	0,0
EXHIBICIÓN DE PRECIOS		
Se expone el precio de todos los servicios prestados.	100,0	0,0
Los precios anteriores son totales	100,0	0,0
DOCUMENTO JUSTIFICATIVO DE COMPRA		
Se entrega factura o recibo acreditativo del pago efectuado.	100,0	0,0
En el documento anterior consta: -número y en su caso serie.	100,0	0,0
-la identidad personal o social y NIF del proveedor	75,0	25,0
-la cantidad abonada	100,0	0,0
-tipo impositivo aplicado y opcionalmente IVA incluido	100,0	0,0
-el concepto	100,0	0,0
-la fecha.	100,0	0,0
Ausencia de cláusulas abusivas en este documento.	100,0	0,0
HOJAS DE RECLAMACIONES		
Tienen a disposición de las/os consumidoras/es hojas de reclamaciones	100,0	0,0
Anuncia mediante cartel ajustado al modelo oficial la existencia de las hojas de reclamaciones de modo permanente y perfectamente visible al público	100,0	0,0