

EVALUACIÓN DE LA CAMPAÑA DE INSPECCIÓN Y CONTROL DE ETIQUETADO DE PRODUCTOS DE BRICOLAJE 2022

INTRODUCCIÓN

Esta campaña forma parte del grupo de controles que persiguen revisar la información que llevan consigo los productos que son objeto de esta, información que es fundamental para hacer un uso seguro y eficiente de esos artículos. La campaña se realiza por primera vez de manera específica sobre este grupo de productos, y se ha llevado a cabo en la totalidad de establecimientos cuyo epígrafe es 475204: COMERCIO AL POR MENOR EN TIENDAS DE BRICOLAJE.

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 y sus 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.
- 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 ha sido efectuada durante el año 2022, y han participado Inspectores/as Técnicos/as de Calidad y Consumo del Instituto Municipal de Consumo.

Se han realizado un total de 67 inspecciones a 47 establecimientos registrándose irregularidades en el 40,4% de los mismos.

Se ha controlado el etiquetado de 407 productos de bricolaje de los cuales sólo dos han presentado como deficiencia que no indicaban la dirección del responsable de la puesta en el mercado del producto, lo cual en términos relativos supone el 0,5% de los productos controlados.

RESULTADOS ESTABLECIMIENTOS

INSPECCIONES TOTALES (1ª y 2ª vuelta)	67
ESTABLECIMIENTOS INSPECCIONADOS (1ª visita)	47
ESTABLECIMIENTOS CON IRREGULARIDADES	19 (40,4%)

HORARIO	%SI	%NO
Tienen expuesto el horario de atención al público en lugar visible desde el exterior incluso estando cerrado el establecimiento	100,0	0,0
PUBLICIDAD	%SI	%NO
La publicidad y la información exhibida no inducen a error o engaño al consumidor	81,3	18,7
Facilitan la información precontractual obligatoria en su caso	100,0	0,0
Se admiten tarjetas de crédito o débito estando anunciadas.	89,7	10,3
EXHIBICIÓN DE PRECIOS	%SI	%NO
Expone de forma visible el PVP de los artículos expuestos en el escaparate. (n=36)	77,8	22,2
Expone de forma visible el PVP de los artículos en el interior del establecimiento.	88,1	11,9
Expone el precio por unidad de medida en aquellos productos susceptibles de llevarlo. (n=18)	55,6	44,4
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	100,0	0,0
-la dirección del proveedor	100,0	0,0
-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
-en su caso, se informa sobre el derecho de desistimiento, indicando sus plazos, condiciones y posibles limitaciones	100,0	0,0
Ausencia de cláusulas abusivas en este documento	85,4	14,6

GARANTÍAS	%SI	%NO
Se facilita información antes de comprar sobre las garantías de los artículos que venden.	97,6	2,4
Se entrega garantía comercial en un soporte duradero.	14,9	
La garantía comercial está correctamente cumplimentada.	100,0	0,0
HOJAS DE RECLAMACIONES	%SI	%NO
Tienen a disposición de las personas consumidoras hojas de reclamaciones	90,7	9,3
Anuncia mediante cartel ajustado al modelo oficial la existencia de las hojas de reclamaciones de modo permanente y perfectamente visible al público.	81,8	18,2

RESULTADOS PRODUCTOS

PRODUCTOS CONTROLADOS

407

PRODUCTOS CON IRREGULARIDADES

2 (0,5%)

ETIQUETADO PRODUCTOS INDUSTRIALES	%SI	%NO
Existe etiquetado	100,0	0,0
En el etiquetado figura:		
-Nombre o denominación del producto	100,0	0,0
-Nombre o razón social del fabricante, envasador o vendedor establecido en la U.E.	100,0	0,0
-Domicilio del fabricante, envasador o vendedor.	0,5	99,5
-Composición.	100,0	0,0
-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	100,0	0,0
-Potencia máxima (si utilizan energía eléctrica para su funcionamiento).	100,0	0,0
-Tensión de alimentación (si utilizan energía eléctrica para su funcionamiento).	100,0	0,0
-Consumo energético (si utilizan energía eléctrica para su funcionamiento).	100,0	0,0
El etiquetado figura con caracteres visibles, indelebles y legibles	100,0	0,0
El etiquetado figura en castellano	100,0	0,0

ANÁLISIS DE LOS DATOS DE LA CAMPAÑA

Esta campaña tenía como objetivo inicial revisar y visitar la totalidad de los establecimientos cuyo epígrafe de actividad era el 475204: COMERCIO AL POR MENOR EN TIENDAS DE BRICOLAJE. Al comienzo de la campaña existían 91 registros correspondientes a dicho epígrafe y durante el transcurso de la misma se añadió uno más por lo que el número total de registros fue de 92.

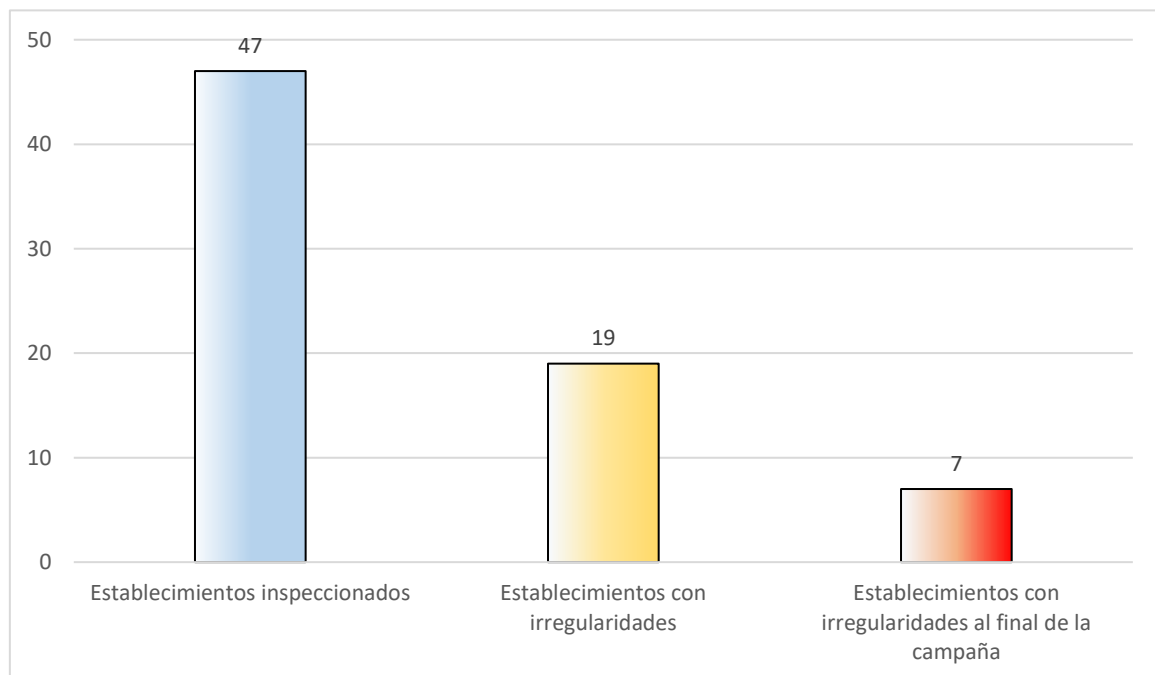
De esos 92 establecimientos registrados en la aplicación CLA al finalizar la campaña se ha constatado que:

47 establecimientos estaban abiertos y su epígrafe de actividad coincide con el establecido en la campaña.

Otros 19 establecimientos estaban abiertos pero la actividad existente en el momento de la inspección había cambiado y no tenía relación con la establecida en la campaña.

El resto de los establecimientos, 25, se encontraban cerrados y no se desarrollaba en los mismos ninguna actividad.

Los datos generales de la campaña muestran que en los 47 establecimientos inspeccionados 19 tenían alguna irregularidad con respecto a la normativa de consumo, lo que supone en términos relativos, un 40,4%, con posterioridad y tras una visita de comprobación el número de establecimientos en los que persistían irregularidades disminuye a 7 lo que significa que al final de la campaña el 14,9% de los establecimientos presentaban alguna irregularidad.



Los resultados más significativos se detallan por módulos a continuación:

HORARIO Y PUBLICIDAD

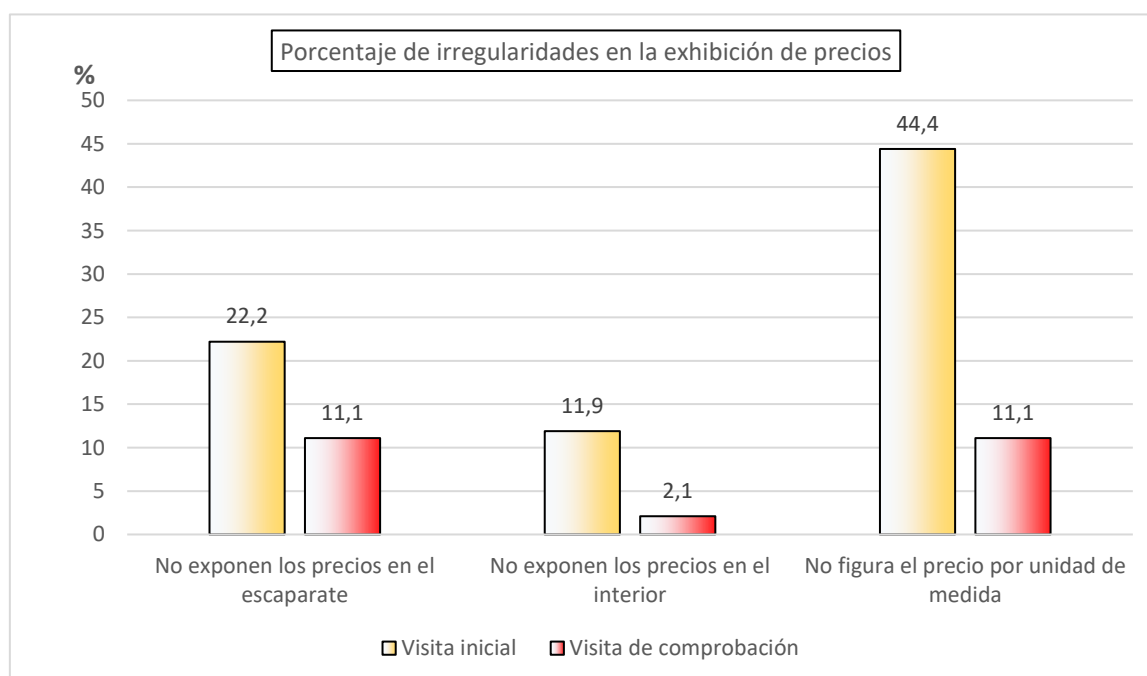
En estos dos módulos las infracciones más destacadas fueron que en el 18,7% de los casos la información podía inducir a error a la persona consumidora y por otro lado no se admitían tarjetas de crédito sin restricciones en un 10,3%.

EXHIBICIÓN DE PRECIOS

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

- No exponían los precios en el 22,2% de los escaparates.
- No exponían los precios en el interior del 11,9% de los establecimientos.
- No figuraba el precio por unidad de medida en el 44,4% de los casos que se controlaron y que era preceptivo hacerlo.

A continuación, se exponen los datos gráficamente:



En el gráfico anterior se han añadido los datos una vez efectuada la visita de comprobación, como puede observarse se han mejorado en todos los casos considerablemente los resultados.

DOCUMENTO JUSTIFICATIVO DE LA COMPRA

En este módulo la única irregularidad registrada fue que en el 14,6% de dichos documentos existían cláusulas que iban en contra de los derechos de los consumidores, esta irregularidad fue completamente subsanada en la segunda vuelta.

GARANTÍAS

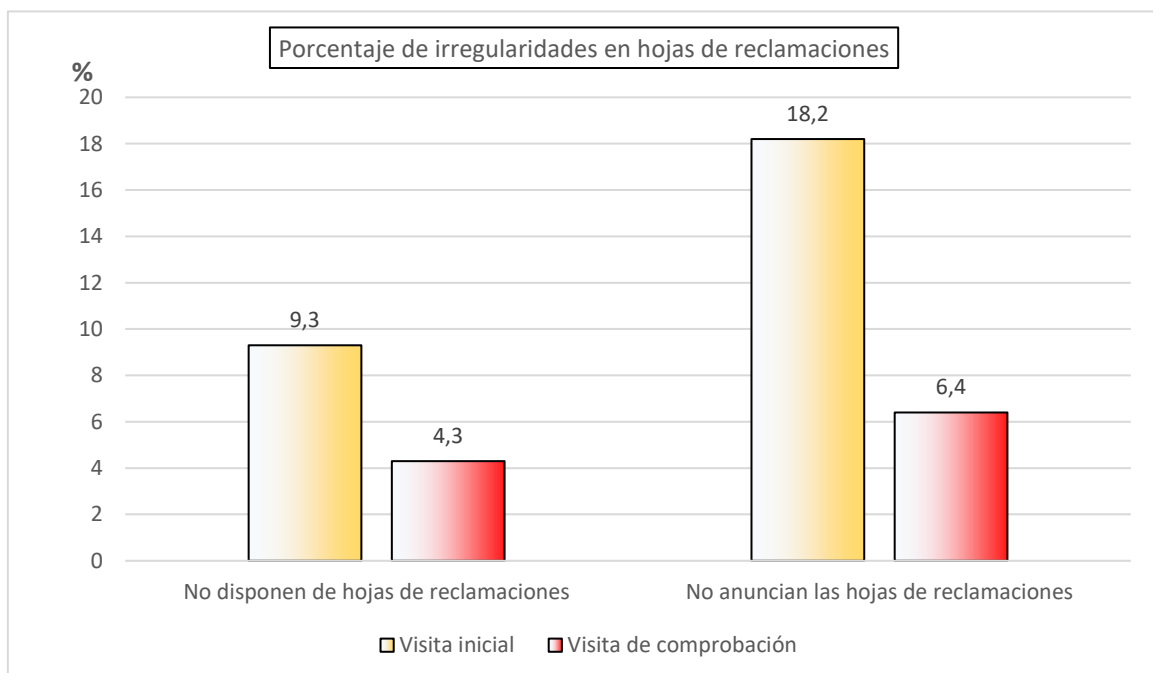
La irregularidad detectada en este módulo fue que en el 2,4% de los casos no se facilitaba al consumidor información previa sobre las garantías de los artículos que vendían, dicha irregularidad al igual que en el módulo anterior no se registró tras la visita de comprobación.

HOJAS DE RECLAMACIONES

En este apartado se comprobó que:

- No disponían de hojas de reclamaciones en el 9,3% de los casos.
- No anunciaban la existencia de las hojas mediante el cartel ajustado al modelo oficial en un 18,2% de los casos.

Ambos porcentajes se redujeron de manera significativa tras la vista de comprobación obteniéndose los valores señalados en el gráfico.



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 407 artículos donde se ha comprobado los requisitos que exige la normativa de etiquetado de productos industriales, y sólo se ha encontrado que dos incumplen lo preceptuado en lo relativo a la indicación del domicilio del responsable de la puesta en el mercado del producto. En términos relativos lo anterior supone un porcentaje de incumplimiento del 0,5%.

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 40,4% en primera vuelta, si bien este porcentaje se reduce bastante tras la visita de comprobación obteniéndose al final un resultado del 14,9%.

Por otro lado, respecto a los productos que se venden en este tipo de establecimientos, el nivel de cumplimiento es muy elevado ya que en la mayoría de los datos comprobados el cumplimiento es total, y solo en el apartado del domicilio del responsable de la puesta en el mercado presenta incumplimiento del 99,5%.