

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

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 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 comenzó el último trimestre del año 2022, y han participado Inspectores/as Técnicos/as de Calidad y Consumo del Instituto Municipal de Consumo.

Se han realizado un total de 142 inspecciones a 102 establecimientos registrándose irregularidades en 68 el 66,7% de los mismos.

Se ha controlado el etiquetado de 1.087 productos de los cuales cinco no disponen de etiquetado, lo cual en términos relativos supone el 0,5% de los productos controlados.

RESULTADOS ESTABLECIMIENTOS

INSPECCIONES TOTALES (1ª y 2ª vuelta)	142
ESTABLECIMIENTOS INSPECCIONADOS (1ª visita)	102
ESTABLECIMIENTOS CON IRREGULARIDADES	68 (66,7%)

HORARIO	%SI	%NO
Tienen expuesto el horario de atención al público en lugar visible desde el exterior incluso estando cerrado el establecimiento	96,1	3,9
PUBLICIDAD		
La publicidad y la información exhibida inducen a error o engaño al consumidor	46,6	53,4
Facilitan la información precontractual obligatoria en su caso	97,7	2,3
Se admiten tarjetas de crédito o débito estando anunciadas.	97,1	2,9
EXHIBICIÓN DE PRECIOS		
Expone de forma visible el PVP de los artículos expuestos en el escaparate. (n=93)	50,5	49,5
Expone de forma visible el PVP de los artículos en el interior del establecimiento.	79,2	20,8
Expone el precio por unidad de medida en aquellos productos susceptibles de llevarlo. (n=53)	67,9	32,1
DOCUMENTO JUSTIFICATIVO DE LA COMPRA		
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	90,2	9,8
-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	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	93,3	6,7
Existen cláusulas abusivas en este documento	22,0	78,0

GARANTÍAS	%SI	%NO
Se facilita información antes de comprar sobre las garantías de los artículos que venden.	94,1	5,9
Se entrega garantía comercial en un soporte duradero.	16,7	
La garantía comercial está correctamente cumplimentada.	88,2	11,8
HOJAS DE RECLAMACIONES	%SI	%NO
Tienen a disposición de las personas consumidoras hojas de reclamaciones	86,4	13,6
Anuncia mediante cartel ajustado al modelo oficial la existencia de las hojas de reclamaciones de modo permanente y perfectamente visible al público.	86,4	13,6

RESULTADOS PRODUCTOS

PRODUCTOS CONTROLADOS

1.087

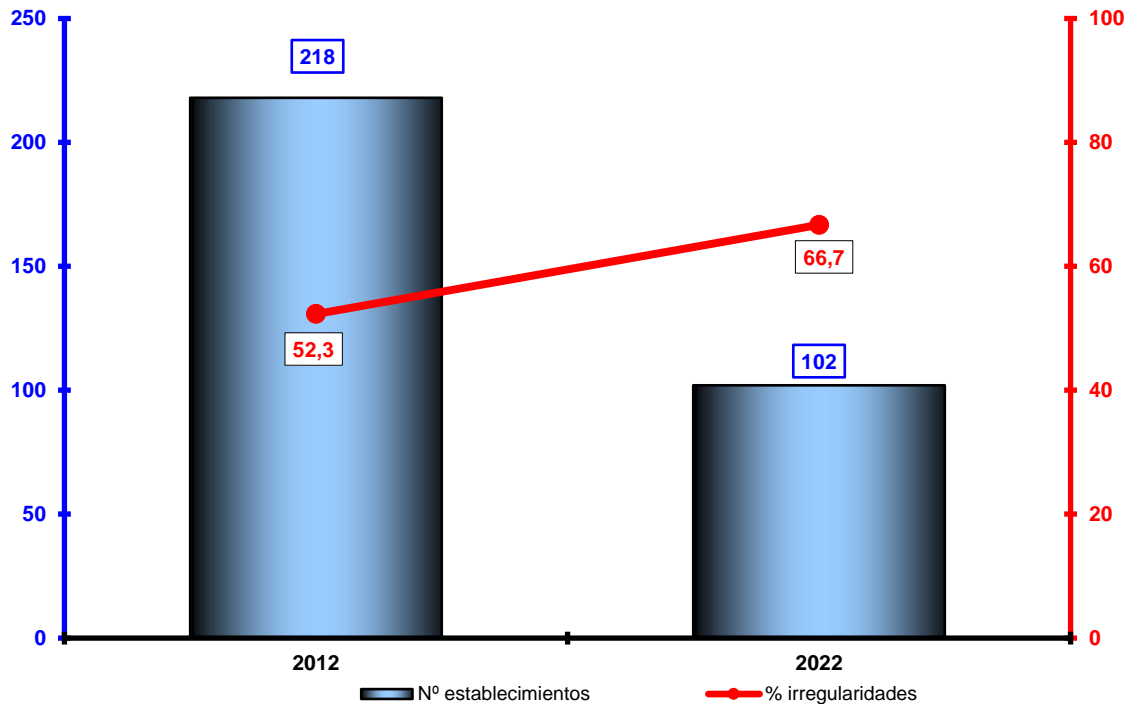
PRODUCTOS CON IRREGULARIDADES

5 (0,5%)

ETIQUETADO PRODUCTOS INDUSTRIALES	%SI	%NO
Existe etiquetado	99,5	0,5
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.	100,0	0,0
-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 se realizó anteriormente durante el año 2012, los datos obtenidos en el presente control se van a comparar con los obtenidos en aquella ocasión.



Los datos generales de la campaña muestran que en los 102 establecimientos inspeccionados 68 tenían alguna irregularidad con respecto a la normativa de consumo, lo que supone en términos relativos, un 66,7%, con posterioridad y tras una visita de comprobación el número de establecimientos en los que persistían irregularidades disminuye a 33 lo que significa que al final del año el 32,4% de los establecimientos presentaban alguna irregularidad.

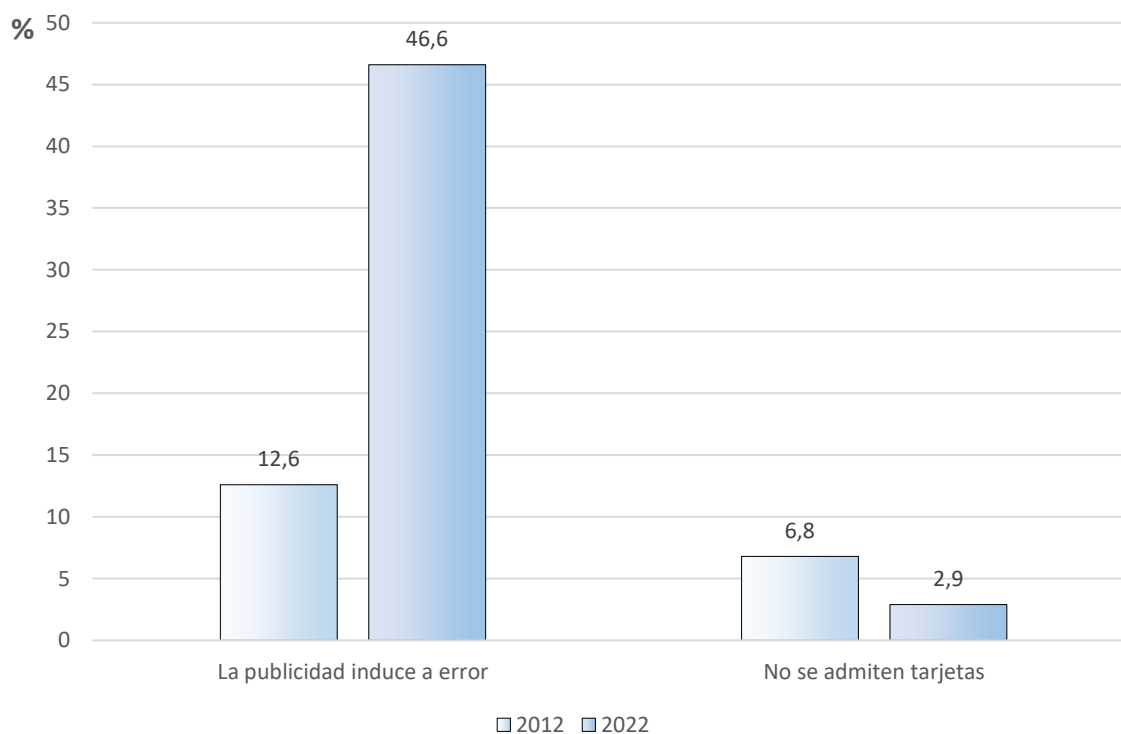
Los resultados más significativos se detallan por módulos a continuación:

HORARIO

En este módulo se ha comprobado que en el 3,9% no se exhibe el horario de atención al público.

PUBLICIDAD

En este caso la infracción más destacada fue que en el 46,6% 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 2,9%.

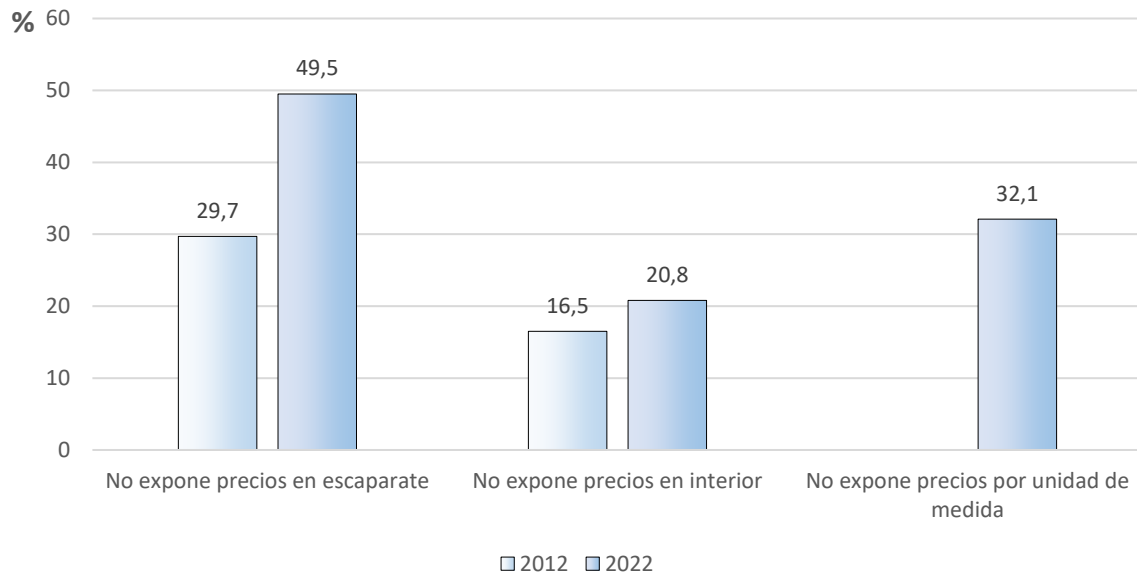


EXHIBICIÓN DE PRECIOS

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

- No exponían los precios en el 49,5% de los escaparates.
- No exponían los precios en el interior del 20,8% de los establecimientos.
- No figuraba el precio por unidad de medida en el 32,1% de los casos que se controlaron y que era preceptivo hacerlo.

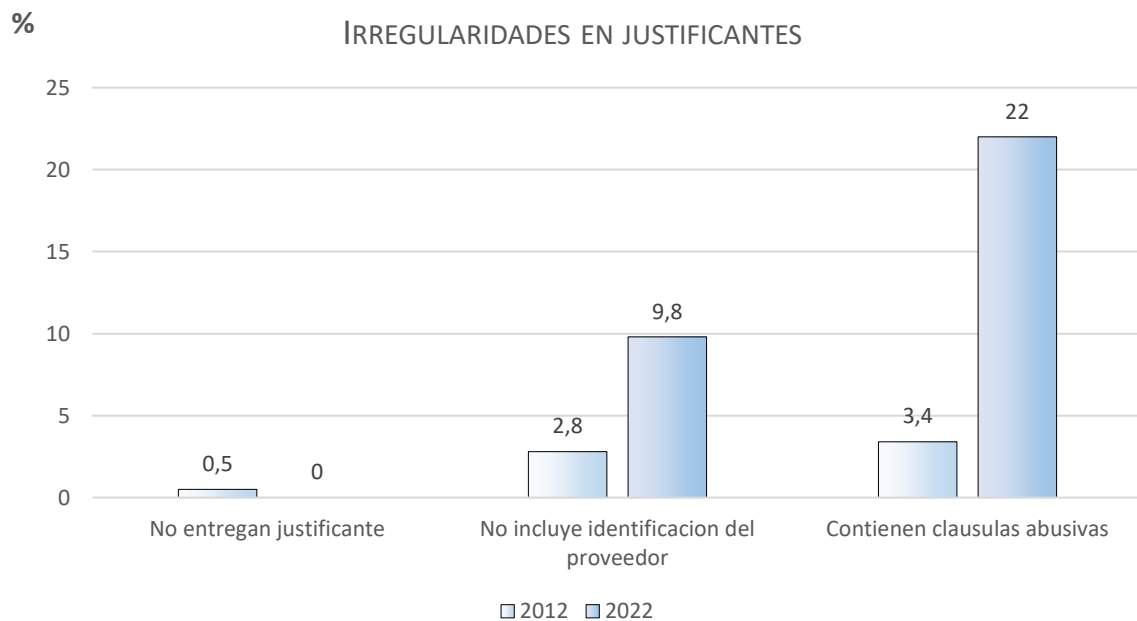
Los datos anteriores comparados gráficamente:



DOCUMENTO JUSTIFICATIVO DE LA COMPRA

En este módulo la irregularidad más significativa fue que en el 22,0% de dichos documentos existían cláusulas que iban en contra de los derechos de los consumidores.

También es de destacar que en el 9,8% de los justificantes de compra falta la información referente a la identidad del proveedor. Y en un 1% no se indica el concepto por el que se satisface las cantidades entregadas.

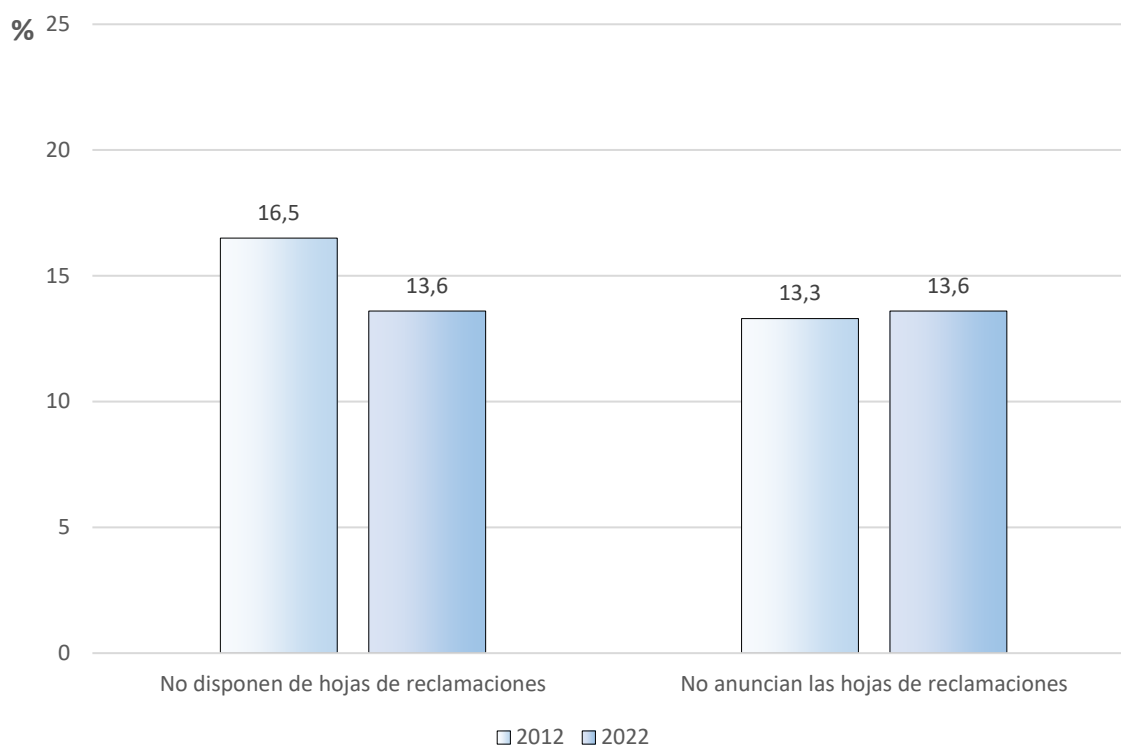


GARANTÍAS

La irregularidad más destacada de este módulo fue que en el 5,9% de los casos no se facilitaba al consumidor información previa sobre las garantías de los artículos que vendían.

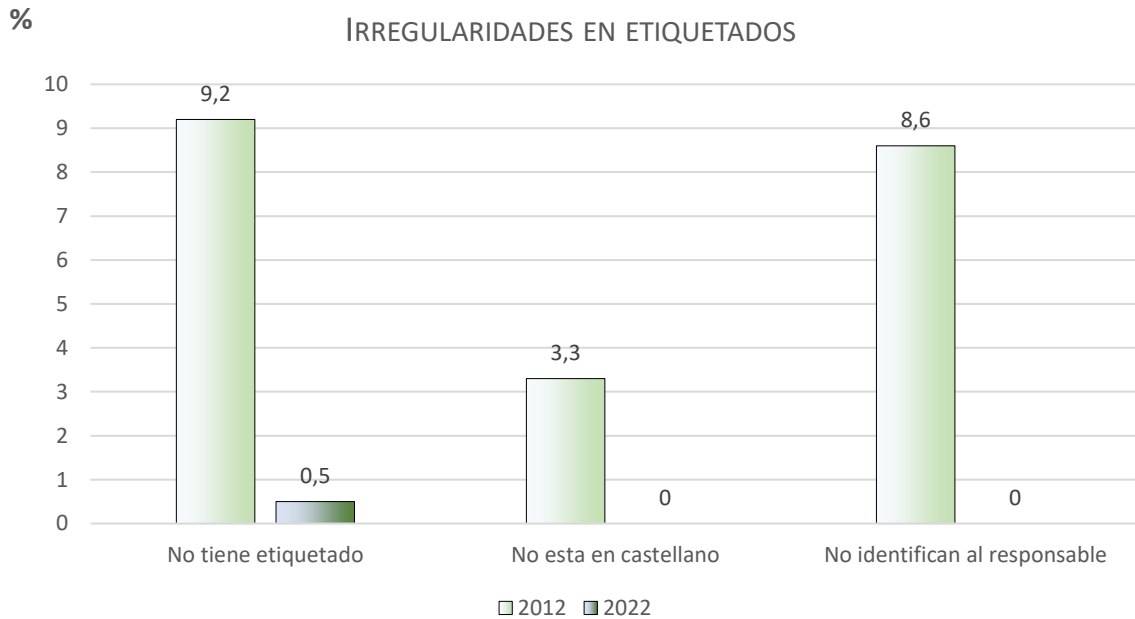
HOJAS DE RECLAMACIONES

En este apartado se comprobó que no disponían de hojas de reclamaciones, ni las anunciaban en el 13,6% 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 1.087 artículos de los cuales 5 de ellos no presentaban el etiquetado lo que supone el 0,5% del total.



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 66,7% en primera vuelta, superando el dato del año 2012, tras las visitas de comprobación el porcentaje se reduce al 2,4% pero la vuelta de comprobación no se ha completado totalmente ya que la campaña se seguirá durante el 2023.

En cuanto a los productos que se venden en este tipo de establecimientos, el nivel de cumplimiento es muy elevado mejorando ostensiblemente los datos del 2012 cuando no disponían de etiquetado el 9,2% de los artículos controlados.