

EVALUACIÓN DE LA CAMPAÑA DE INSPECCIÓN Y CONTROL DE TIENDAS EN MUSEOS 2022

INTRODUCCIÓN

La campaña de inspección en las tiendas en museos se propuso con la intención de verificar el cumplimiento de los requisitos normativos de este tipo de establecimientos, los cuales son escaparates de nuestra ciudad por la gran afluencia de turistas que los visitan.

OBJETIVOS

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

- Verificar el cumplimiento de las obligaciones documentales de los establecimientos.
- El control sobre aspectos generales de la publicidad.
- Comprobación del cumplimiento de la normativa general en lo relativo a la exhibición de precios, y de anuncio y tenencia de hojas de reclamaciones.
- Asegurar el cumplimiento, en lo relativo a los derechos de las personas consumidoras, de obtener un documento justificativo de la transacción efectuada y a que se cumplan las prescripciones generales relativas a las garantías de los productos.
- Comprobación del cumplimiento de la normativa en cuanto a la información obligatoria que debe contener el etiquetado de los productos que se ofrecen en los establecimientos inspeccionados.

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 29/2009, de 30 de diciembre, por la que se modifica el régimen legal de la competencia desleal y de la publicidad para la mejora de la protección de los consumidores y usuarios.
- Real Decreto 3423/2000, de 15 de diciembre, que regula la indicación de los precios de los productos ofrecidos a los consumidores y usuarios.

- Ley 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista.
- Ley 16/1999, de 29 de abril, de comercio interior de la Comunidad de Madrid.
- 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.

NORMATIVA DE CARÁCTER ESPECIFICO

- Real Decreto 1468/1988, de 2 de diciembre, que aprueba el reglamento de etiquetado, presentación y publicidad de los productos industriales destinados a la venta directa de los consumidores.
- Real Decreto 928/1987, de 5 de junio, relativo al etiquetado de composición de productos textiles. Y Real Decreto 396/1990, de 16 de marzo, que modifica el Real Decreto anterior.

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.

Se han realizado un total de 16 inspecciones, de las cuales 11 han sido en primera visita y 5 han sido visitas de comprobación.

En los 11 establecimientos controlados se han registrado irregularidades en 7 el 63,6% de los mismos.

Tras realizar las visitas de comprobación todos los establecimientos habían subsanado las deficiencias detectadas.

RESULTADOS

INSPECCIONES TOTALES (1º Y 2ª VISITA)	16
ESTABLECIMIENTOS INSPECCIONADOS	11
ESTABLECIMIENTOS CON IRREGULARIDADES	7 (63,6%)

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	60,0	40,0
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 exhiben los precios de venta de los artículos expuestos en el escaparate, cuando disponga del mismo (n=2)	100,0	0,0
Se exhibe el precio total de venta de todos los productos puestos a disposición del consumidor en el interior del establecimiento	100,0	0,0
Los precios son inequívocos, fácilmente identificables, claramente legibles, situados en el mismo campo visual y son visibles para el consumidor sin necesidad de que se tenga que solicitar dicha información	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	90,9	9,1
-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.	72,7	27,3
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	81,8	18,2

PRODUCTOS CONTROLADOS

105

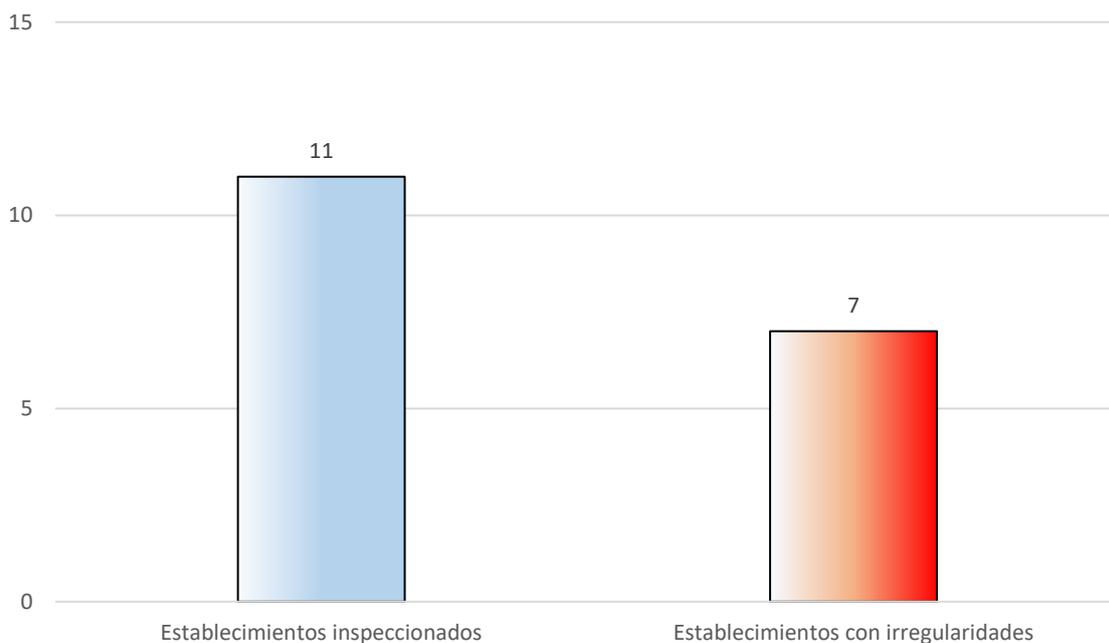
PRODUCTOS CON IRREGULARIDADES

11 (10,5%)

ETIQUETADO PRODUCTO INDUSTRIAL (N=75)	%SI	%NO
Existe etiquetado	100,0	0,0
En el etiquetado figura: -Nombre o denominación del producto (salvo que el mismo sea plenamente identificable)	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, cuando la aptitud para el consumo o utilización del producto depende de los materiales empleados en su fabricación o sea una característica de su pureza, calidad, eficacia o seguridad (n=5)	100,0	0,0
-Contenido neto (unidad de masa o volumen, o nº de unidades) (n=1)	100,0	0,0
-Características esenciales del producto, instrucciones advertencias, recomendaciones de uso, manejo instalación o mantenimiento (n=45)	100,0	0,0
El etiquetado figura con caracteres visibles, indelebles y legibles.	100,0	0,0
El etiquetado figura en castellano	92,0	8,0
El artículo presenta alguna deficiencia en cuanto al etiquetado	8,0	92,0
ETIQUETADO PRODUCTO TEXTIL (N=30)	%SI	%NO
El artículo textil lleva etiquetado	100,0	0,0
En el etiquetado se incluyen los siguientes datos: -Nombre o razón social del fabricante, comerciante o importador.	100,0	0,0
-Domicilio del fabricante, comerciante o importador.	100,0	0,0
-Composición del artículo textil (no se tiene en cuenta el tejido base).	100,0	0,0
-Si los artículos se ofrecen a la venta con envoltura, el etiquetado figura además en la propia envoltura cuando no se puede ver el etiquetado del producto.	100,0	0,0
-Todas las indicaciones obligatorias aparecen con caracteres claramente visibles y fácilmente legibles por el consumidor.	100,0	0,0
-Las inscripciones del etiquetado están al menos en castellano.	100,0	0,0
-El etiquetado es susceptible de crear confusión en el consumidor acerca de la naturaleza, composición y origen de los productos textiles.	16,7	83,3
El artículo presenta alguna deficiencia en cuanto al etiquetado	16,7	83,3

ANÁLISIS DE LOS DATOS DE LA CAMPAÑA

Los datos de la campaña muestran que en los 11 establecimientos inspeccionados 7 tenían alguna irregularidad con respecto a la normativa de consumo, lo que supone en términos relativos, un 63,6%.



Los resultados registrados detallados por módulos han sido:

HORARIO

Todos los establecimientos cumplen con la exhibición del horario de atención al público en lugar visible.

PUBLICIDAD E INFORMACIÓN

En este módulo se detectó como infracción que en el 60% de los casos la información podía inducir a error al consumidor.

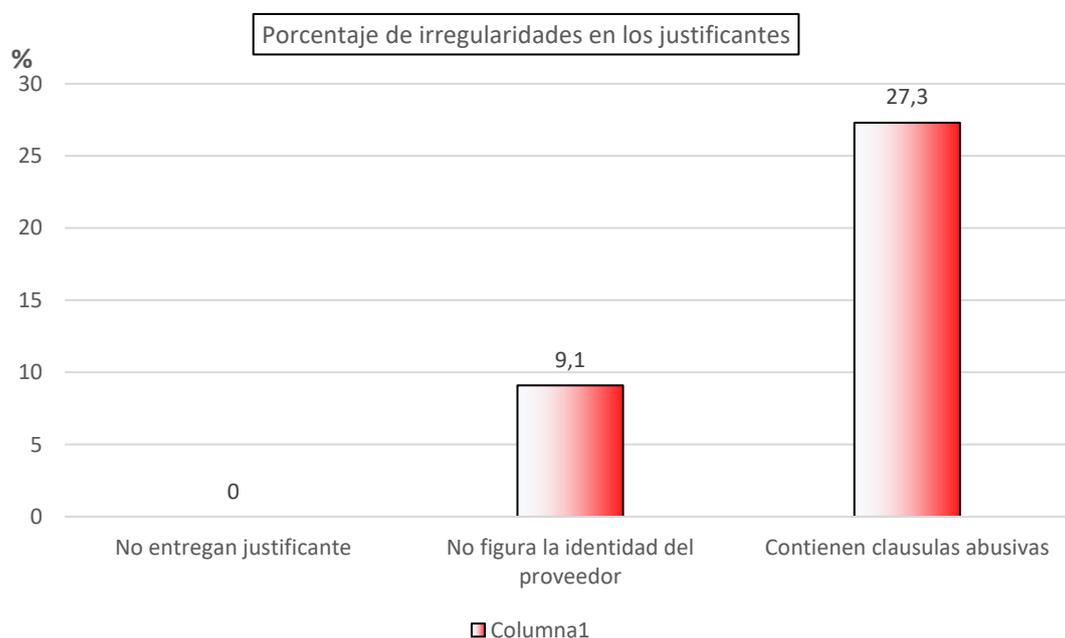
EXHIBICIÓN DE PRECIOS

En este módulo no se detectó ninguna irregularidad con respecto a la normativa.

DOCUMENTO JUSTIFICATIVO DE COMPRA

Siempre se entrega documento justificante de la compra efectuada.

En cuanto a los justificantes de compra, las principales irregularidades que presentan es que no figura la identidad personal o social y fiscal del proveedor en el 9,1% de dichos justificantes y un 27,3% contiene cláusulas que no respetan los derechos de los consumidores.



HOJAS DE RECLAMACIONES

En todos los establecimientos disponen de hojas de reclamaciones, aunque 2 establecimientos, el 18,2%, no las anuncia mediante cartel ajustado al modelo oficial.

Durante la campaña se han controlado también el etiquetado de 105 artículos, 75 cuyo etiquetado tiene que cumplir los requisitos de los productos industriales y 30 artículos textiles.

Todos los artículos tanto industriales como textiles llevaban etiquetado, con todos los datos preceptivos, las irregularidades detectadas fueron:

- En el 8% de los artículos industriales el etiquetado no está en castellano.
- El etiquetado del 16,7% de los productos textiles es susceptible de crear confusión en el consumidor acerca de la naturaleza, composición y origen de los productos.

El nivel de infracciones registrado tras la primera visita, el 63,6%, se ha anulado tras la visita de comprobación ya que después de la misma todos los establecimientos han subsanado las irregularidades detectadas en los mismos.