

EVALUACIÓN DE LA CAMPAÑA DE CONTROL DE VENTA AMBULANTE AUTORIZADA 2022

INTRODUCCIÓN

Esta campaña complementa a la campaña de control general de establecimientos comerciales, compartiendo los objetivos para verificar el cumplimiento de la normativa de puestos de venta ambulante en Madrid.

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 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 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 1/1997, de 8 de enero de 1997, Reguladora de la Venta Ambulante de la Comunidad de Madrid.
- Decreto 17/1998, de 5 de febrero, por el que se aprueba el Reglamento de Desarrollo de la Ley 1/1997, de 8 de enero.
- Ordenanza de Consumo de la ciudad de Madrid, de 30 de marzo de 2011.
- Ordenanza de dinamización de actividades comerciales en dominio público, de 28 de mayo de 2014.
- Ordenanza Municipal Reguladora de la Venta Ambulante (B.O.C.M. de 21.04.03)
- 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.
- Orden de 15 de febrero de 1990, por la que se establece la normativa para el etiquetado informativo de los artículos de marroquinería, viaje y guarnicionería.

EJECUCIÓN DE LA CAMPAÑA

La Campaña de Control General de Establecimientos ha sido efectuada durante todo el año 2022 por personal Inspector Técnico de Calidad y Consumo de los Distritos de Madrid.

Se han realizado un total de 724 inspecciones, de las cuales 606 han sido en primera visita y 118 han sido visitas de comprobación.

En los 606 puestos controlados se han registrado irregularidades en 201 el 33,2% de los mismos.

Tras realizar las visitas de comprobación se ha verificado que la mitad de los puestos, 101, mantenían las irregularidades, lo que supone que el porcentaje final de irregularidades se sitúa en el 16,7%.

RESULTADOS

INSPECCIONES TOTALES (1º Y 2ª VISITA)	724
PUESTOS INSPECCIONADOS	606
PUESTOS CON IRREGULARIDADES	201 (33,2%)

DOCUMENTACIÓN	%SI	%NO
Presenta autorización municipal	85,5	14,5
La autorización se exhibe en lugar perfectamente visible	91,1	8,9
Presentan carnet profesional	88,3	11,7
Acreditan la procedencia de la mercancía	91,7	8,3
DERECHOS DE LAS/OS CONSUMIDORAS/ES	%SI	%NO
La publicidad y la información exhibida no induce a error o engaño al consumidor	89,8	10,2
Facilitan la información precontractual en su caso	94,7	5,3
PRECIOS	%SI	%NO
Se exhiben los precios de venta de los artículos expuestos	86,6	13,4
Se indica el precio por unidad de medida (n=236)	94,9	5,1
Los PVP de los artículos incluyen el IVA	99,3	0,7
Adecuada exposición de precios (caracteres claros, etiquetas fijas, etc.)	98,5	1,5
DOCUMENTO JUSTIFICATIVO DE COMPRA	%SI	%NO
Se entrega factura o recibo acreditativo del pago efectuado	85,2	14,8
Consta en los documentos anteriores:		
-la identidad personal o social y fiscal del proveedor	97,2	2,8
-la cantidad abonada	99,0	1,0
-el concepto	98,8	1,2
-la fecha	99,0	1,0
Ausencia de cláusulas abusivas en los documentos anteriores u otros	100,0	0,0
HOJAS DE RECLAMACIONES	%SI	%NO
Tienen a disposición de las/os consumidoras/es hojas de reclamaciones	87,4	12,6
Anuncia mediante cartel ajustado al modelo oficial la existencia de las hojas de reclamaciones de modo permanente y perfectamente visible al público	90,2	9,8

PRODUCTOS CONTROLADOS

885

PRODUCTOS CON IRREGULARIDADES

68 (7,7%)

ETIQUETADO PRODUCTO INDUSTRIAL (n=386)	%SI	%NO
Existe etiquetado	99,2	0,8
En el etiquetado figura:		
-Nombre o denominación comercial del producto	98,9	1,1
-nombre o razón social del fabricante, envasador o vendedor establecido en la U.E.	97,6	2,4
-domicilio del fabricante, envasador o vendedor	97,6	2,4
-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=267)	100,0	0,0
-plazo recomendado de uso si con el tiempo pierde alguna cualidad (n=44)	100,0	0,0
-contenido neto (unidad de masa o volumen, o nº de unidades) (n=55)	100,0	0,0
-características esenciales del producto, instrucciones, advertencias, recomendaciones de uso, manejo, instalación o mantenimiento (n=67)	100,0	0,0
-potencia máxima (si utiliza energía eléctrica para su funcionamiento) (n=29)	100,0	0,0
-tensión de alimentación (si utiliza energía eléctrica para su funcionamiento) (n=29)	100,0	0,0
-consumo energético (si utiliza energía eléctrica para su funcionamiento) (n=29)	100,0	0,0
El etiquetado figura con caracteres visibles, indelebles y legibles	100,0	0,0
El etiquetado figura en castellano	99,5	0,5
El artículo presenta alguna deficiencia en cuanto el etiquetado	3,1	96,9
ETIQUETADO DE ARTÍCULOS TEXTILES (n=369)	%SI	%NO
El artículo textil lleva etiquetado	97,0	3,0
En el etiquetado de incluyen los siguientes datos:		
-nombre o razón social o denominación del fabricante, comerciante, o importador	94,0	6,0
-domicilio del fabricante, comerciante o importador	93,7	6,3
-composición del artículo textil (no se tiene en cuenta el tejido base)	99,7	0,3
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	99,1	0,9
-las indicaciones o informaciones facultativas tales como símbolos de conservación, "inencogible", "impermeable", "ignífugo", etc. aparecen netamente diferenciadas	99,0	1,0

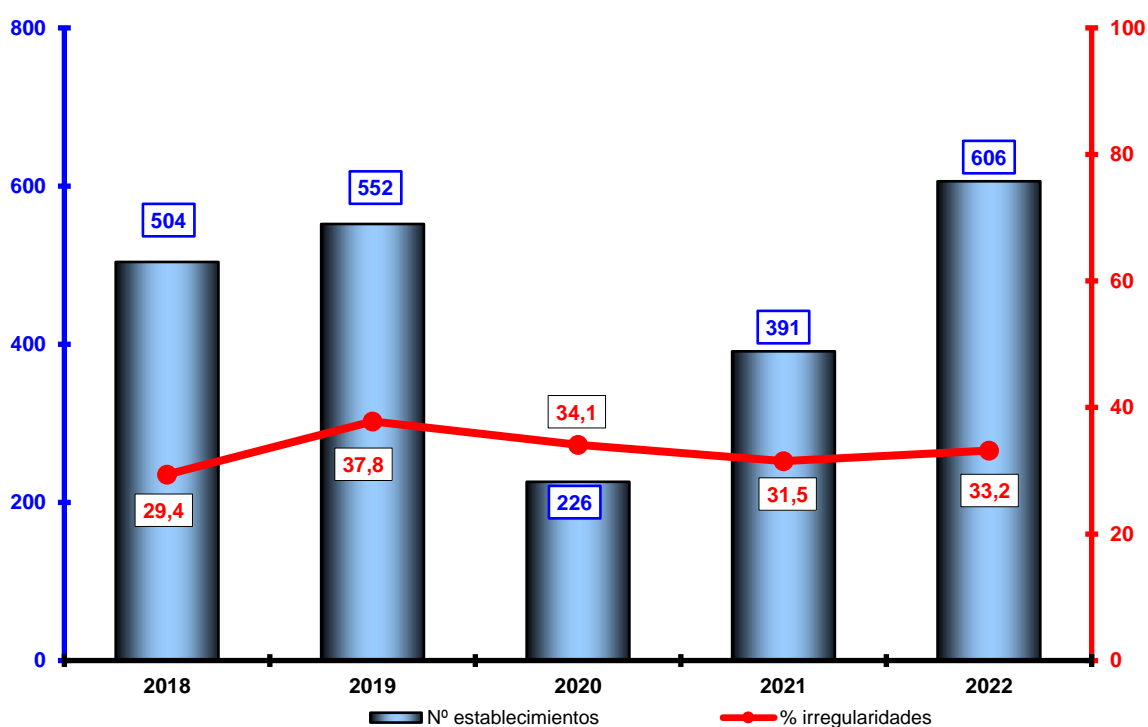
	%SI	%NO
Todas las indicaciones obligatorias aparecen con caracteres claramente visibles y fácilmente legibles por el consumidor	99,7	0,3
Las inscripciones del etiquetado están al menos en castellano	99,7	0,3
Si las piezas se venden por metros, cada pieza contiene su etiquetado en ambos extremos de la misma o bien en su plegador o bastidor (n=21)	95,2	4,8
El etiquetado es susceptible de crear confusión en el consumidor acerca de la naturaleza, composición y origen de los productos textiles	9,3	90,7
El artículo presenta alguna deficiencia en cuanto al etiquetado	12,2	87,8
ETIQUETADO DE MARROQUINERÍA (n=130)		
El artículo lleva etiquetado	96,2	3,8
En el etiquetado de incluyen los siguientes datos: -nombre o razón social o denominación del fabricante, comerciante, o importador	95,4	4,6
-domicilio del fabricante, comerciante, o importador	95,4	4,6
-composición de las distintas partes que conforman el artículo	98,4	1,6
-referencia que sirva para identificar el artículo	98,4	1,6
El etiquetado figura con caracteres visibles, indelebles y legibles	100,0	0,0
El artículo presenta alguna deficiencia en cuanto al etiquetado	8,5	91,5

ANÁLISIS DE LOS DATOS DE LA CAMPAÑA

PUESTOS DE VENTA

En el año 2022, se visitaron 606 puestos de venta ambulante en primera vuelta, de los cuales 201 (33,2%) presentaba alguna irregularidad en materia de consumo.

Los datos comparados de las últimas campañas son:

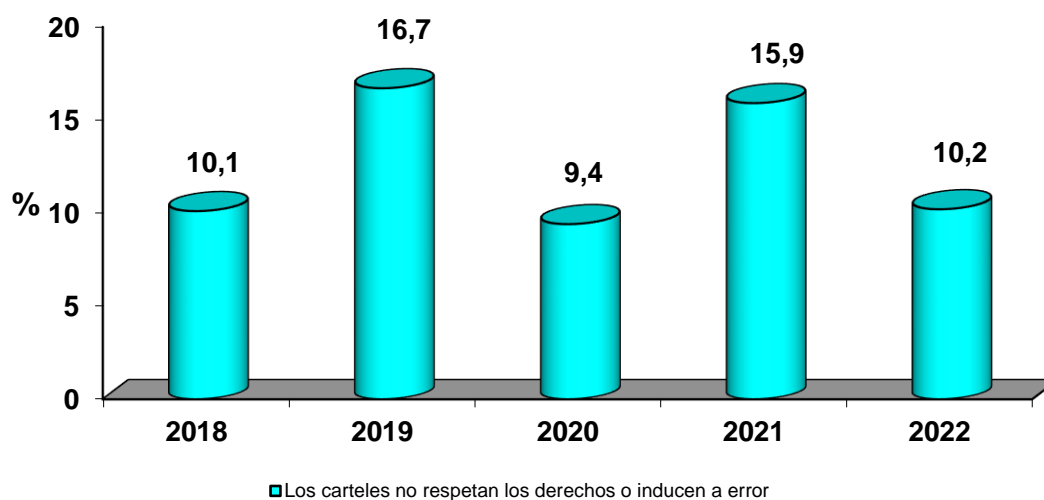


Con posterioridad se llevaron a cabo 118 inspecciones en segunda vuelta, con objeto de comprobar si se había subsanado las deficiencias encontradas en la primera vuelta, lo que hacen un total de 724 inspecciones, tras esta segunda vuelta persistían irregularidades en 101 puestos inspeccionados.

Las infracciones más significativas en materia de consumo detectadas en los puestos de venta ambulante han sido:

DERECHOS DE LOS CONSUMIDORES

Los carteles y la información que exhiben inducen a error a las personas consumidoras en el 10,2% de los puestos ambulantes inspeccionados.



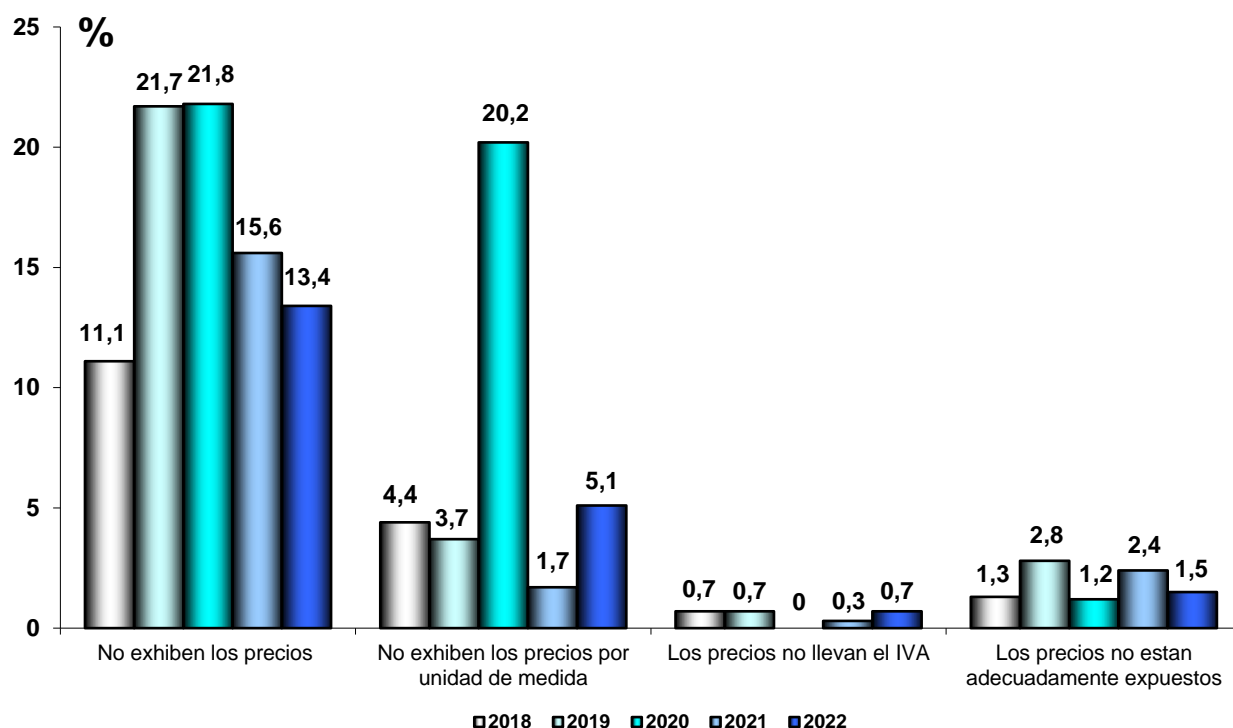
En esta última campaña se ha mejorado con respecto al año anterior, si bien no se alcanza el mínimo del año 2020.

PRECIOS

Las principales irregularidades detectadas en lo relativo a la exposición de los precios de los artículos que venden han sido:

- No se exhibe los precios de los artículos en el 13,4% de los casos, mejorando el dato de la campaña anterior.
- Los precios no están adecuadamente expuestos en el 1,5%.
- El precio por unidad de medida no se exhibe en el 5,1% de los casos en que es aplicable.

Los datos anteriores comparados son:



En este apartado destaca la mejoría de la exhibición de precios y por el contrario la indicación de precios por unidad de medida sufre un retroceso con respecto a la campaña anterior aunque sin llegar a los niveles de 2020.

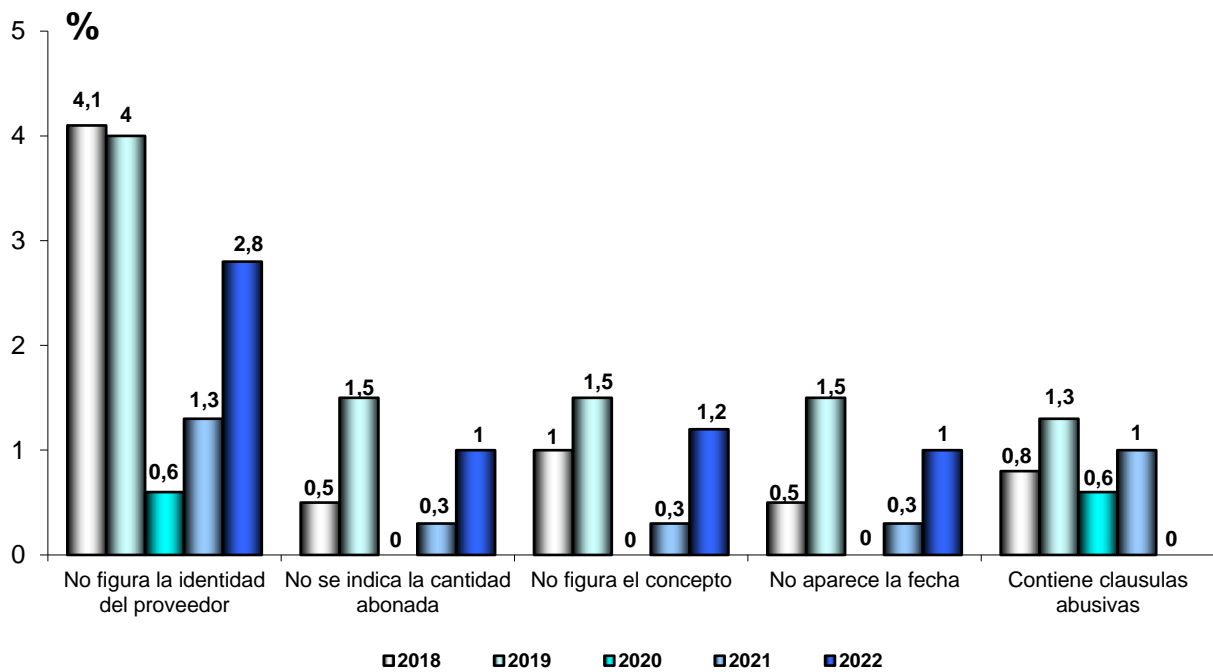
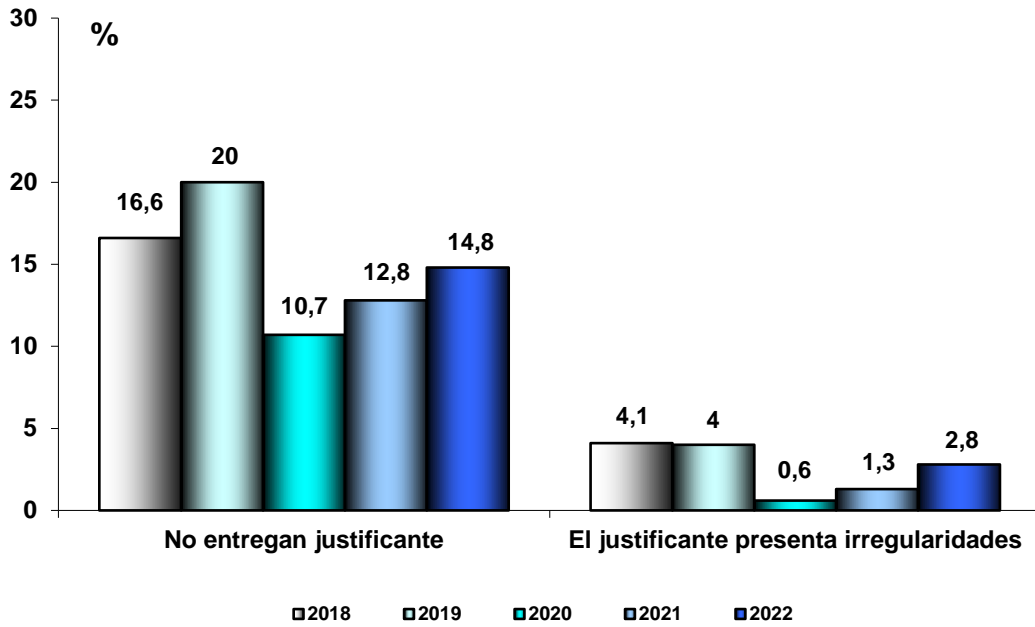
DOCUMENTO JUSTIFICATIVO DE COMPRA

No se entrega documento justificante de la compra efectuada en el 14,8% de los puestos inspeccionados.

En los casos en los que presentan justificantes de compra, los mismos presentan las siguientes irregularidades:

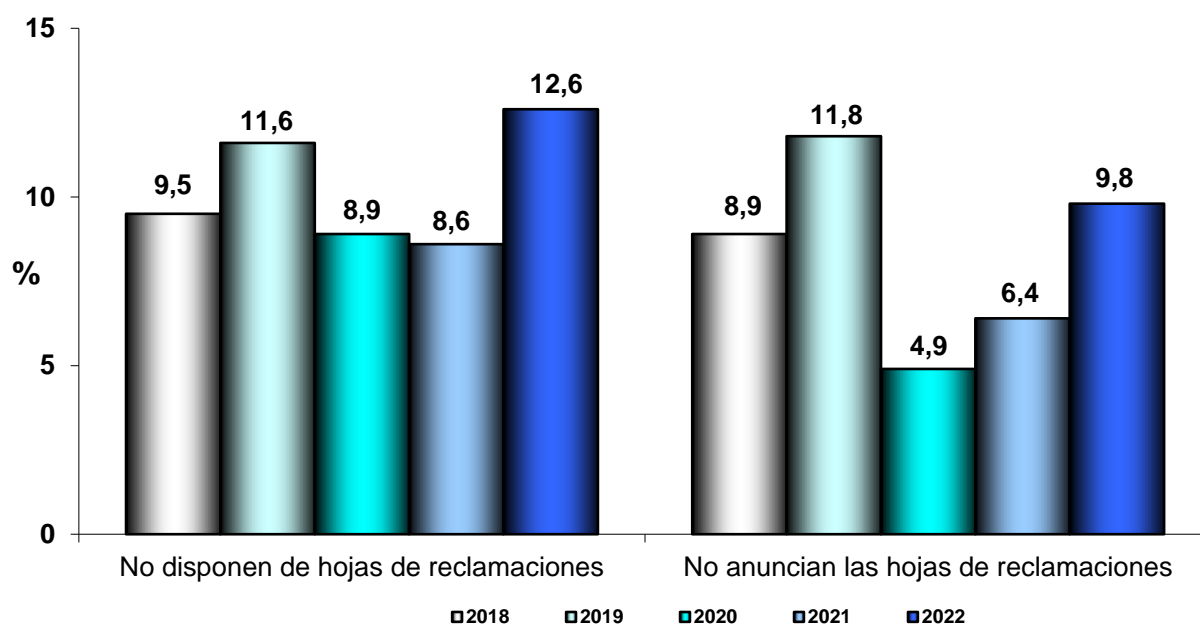
- En el 2,8% no figura la identidad personal o social y fiscal del proveedor.
- El concepto falta en el 1,2% de los casos
- Y, por último, el 1,0% de los justificantes no indican ni la cantidad abonada ni la fecha de expedición del mismo.

Los datos comparativos son:



HOJAS DE RECLAMACIONES

El 12,6% de los puestos no disponen de hojas de reclamaciones, y el 9,8% no las anuncia mediante cartel ajustado al modelo oficial.



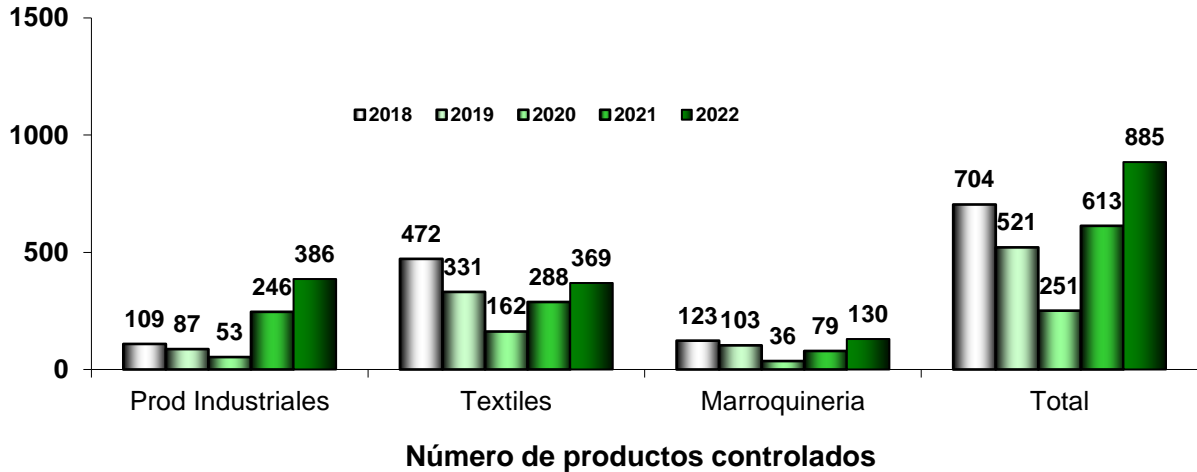
PRODUCTOS

En lo relativo al control del etiquetado de productos durante la campaña, se han controlado 885 artículos de los cuales 68 presentaban irregularidades, lo que supone en términos generales el 7,7%.

Particularizando por tipo de productos, se han controlado:

- 386 artículos industriales de los que 12 (el 3,1%) presentaban alguna deficiencia.
- 369 artículos textiles de los que 45 (el 12,2%) presentaban alguna deficiencia.
- 130 artículos de marroquinería de los que 11 (el 8,5%) presentaban alguna deficiencia.

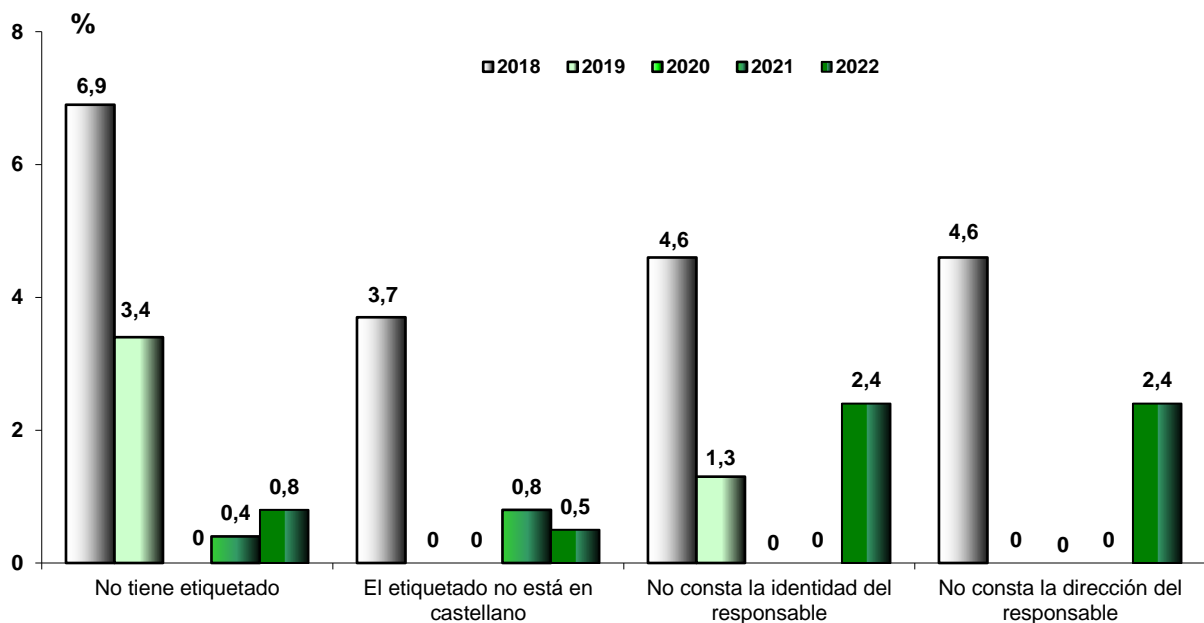
Los datos comparados son:



PRODUCTOS INDUSTRIALES

De los 386 artículos controlados a los que les era de aplicación la normativa de etiquetado de productos industriales solo en tres ocasiones el producto no tenía etiquetado. La irregularidad más significativa detectada fue la ausencia en el etiquetado de la identidad del responsable y su dirección en el 2,4% de los artículos.

Los datos comparados con los de las campañas anteriores son:

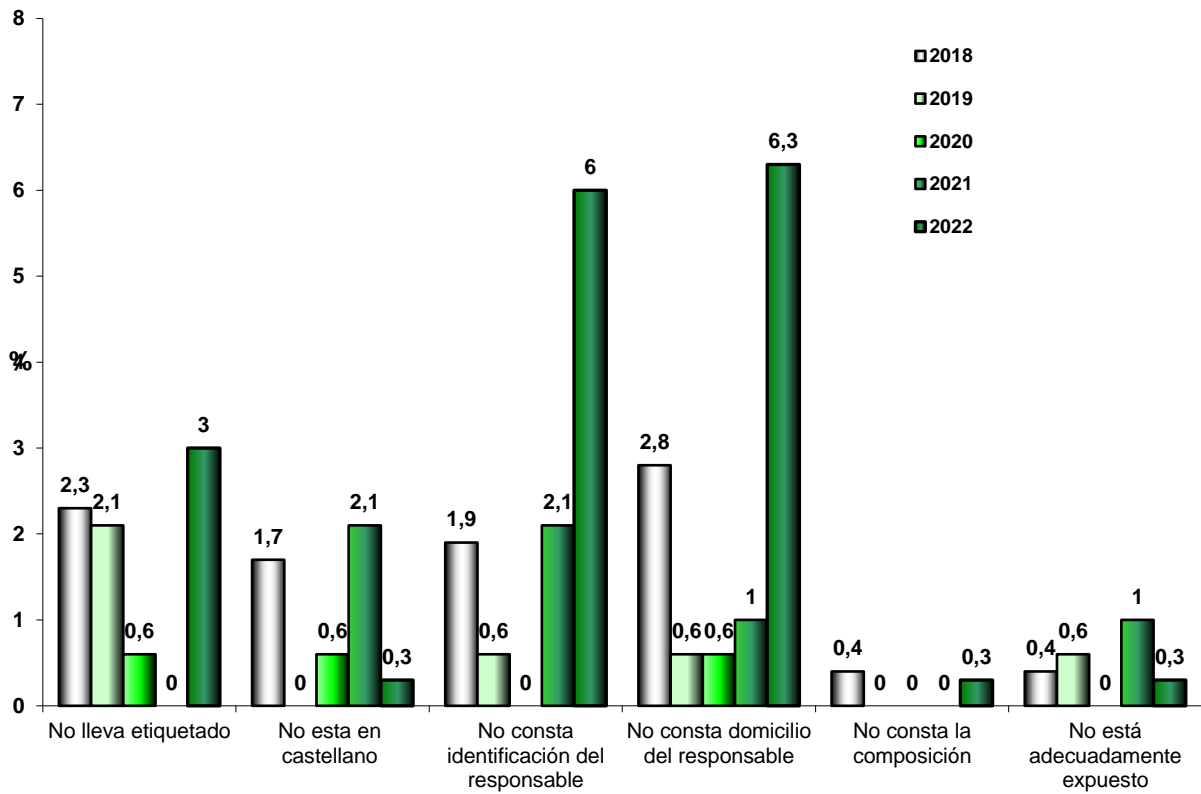


PRODUCTOS TEXTILES

Se han controlado 369 artículos, de los cuales 11 no llevaban etiquetado, 3,0% en términos relativos.

Las irregularidades más significativas detectadas en ese etiquetado son:

- en el 6,0% de los casos no consta la identificación del responsable de la puesta en el mercado del producto y en el 6,3% falta el domicilio del mismo.



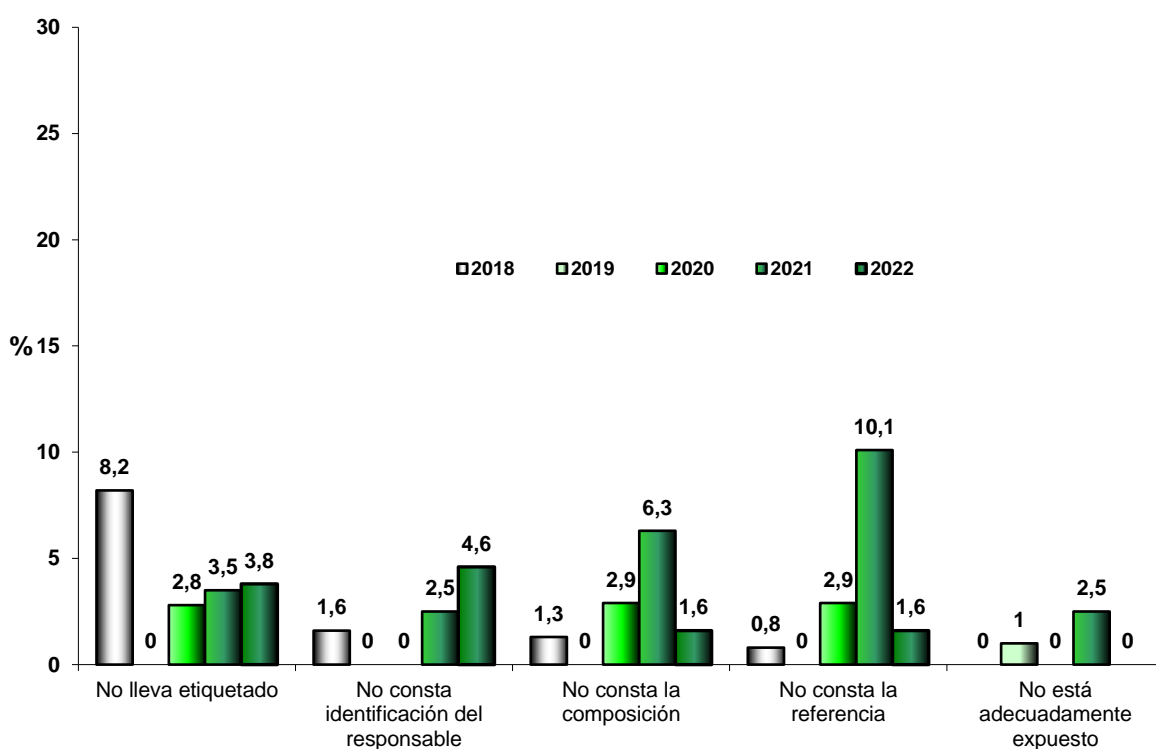
DEFICIENCIAS EN ETIQUETADO TEXTIL

MARROQUINERIA

Se han controlado 130 artículos, cinco de ellos no llevaba etiquetado, el 3,8%.

En los artículos que llevan etiquetado las deficiencias más importantes detectadas fueron que no se indicaba la identificación ni el domicilio del responsable de la puesta en el mercado en el 4,6% de los casos, ni la composición de las distintas partes que conforman el artículo ni tampoco incluía una referencia que sirviera para su identificación en el 1,6%.

Los datos comparados son:



DEFICIENCIAS EN ETIQUETADO DE MARROQUINERIA

En esta campaña se ha registrado un aumento en el nivel de irregularidades detectado, ese aumento ha sido leve en el caso de los puestos y más acusado en lo relativo a las deficiencias en el etiquetado de los productos controlados.