

EVALUACIÓN DE LA CAMPAÑA DE INSPECCIÓN Y CONTROL DE VENTA POR INTERNET 2022

INTRODUCCIÓN

La presente campaña es una acción de control periódica ininterrumpida sobre la actividad desarrollada de comercio electrónico. La importancia de esta actividad ha ido incrementándose a lo largo de los años y más aún durante la pandemia. En este año la actividad inspectora ha disminuido después de dos años muy intensos de control de esta actividad.

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 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 34/2002, de 11 de julio, de Servicios de la Sociedad de la Información y de Comercio Electrónico.
- Ordenanza de Consumo de la ciudad de Madrid, de 30 de marzo de 2011.

EJECUCIÓN DE LA CAMPAÑA

Esta campaña ha sido efectuada durante todo el año 2022 por personal Inspector Técnico de Calidad y Consumo del Ayuntamiento de Madrid.

Se han realizado un total de 166 inspecciones a 85 empresas, de las inspecciones totales 81 corresponden a inspecciones de comprobación.

En las 85 empresas controladas se han registrado irregularidades en 78 el 91,8% de las mismas.

Tras la visita de comprobación el porcentaje de irregularidades queda reducido al 28,2%.

RESULTADOS

INSPECCIONES TOTALES (1ª y 2ª vuelta)	166
ESTABLECIMIENTOS INSPECCIONADOS (1ª visita)	85
ESTABLECIMIENTOS CON IRREGULARIDADES	78 (91,8%)

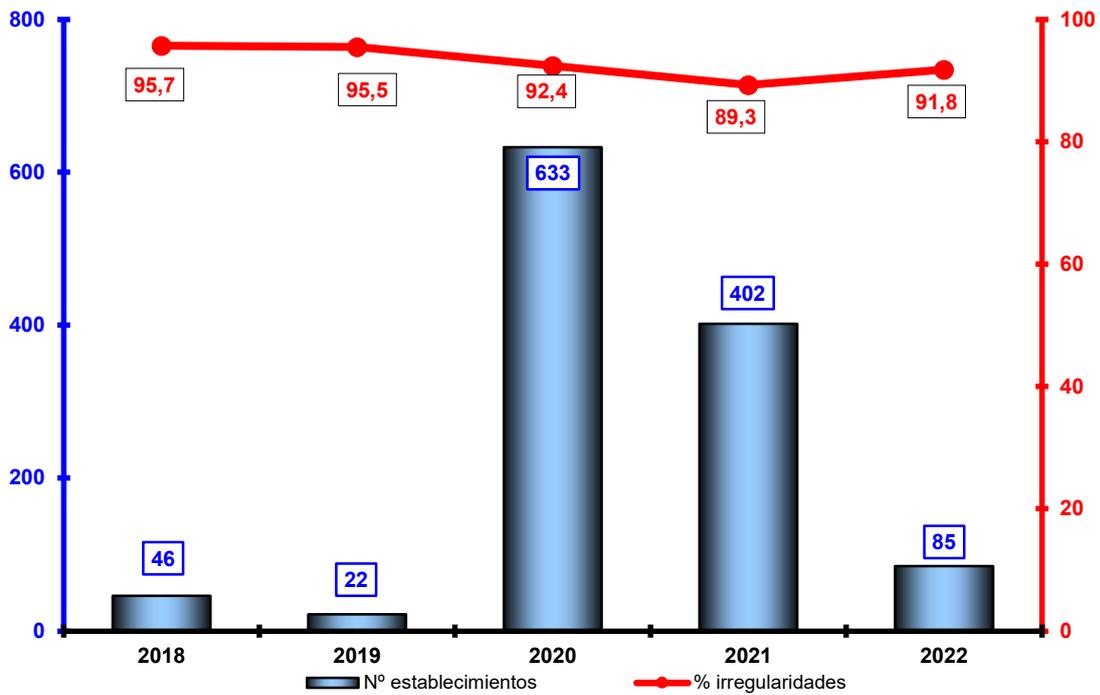
IDENTIFICADOR DEL PROVEEDOR	%SI	%NO
Consta en la página Web el nombre o la denominación social	81,2	18,8
Consta el domicilio, o la dirección del establecimiento permanente	91,8	8,2
Consta la dirección de correo electrónico	91,8	8,2
¿Constan los datos de la inscripción en el Registro Mercantil?	48,4	51,6
¿Consta el número de identificación fiscal que le corresponda?	79,5	20,5
INFORMACIÓN PRECONTRACTUAL	%SI	%NO
Consta información sobre: -las características principales del producto o servicio	83,5	16,5
-el precio total incluido todos sus impuestos	83,1	16,9
-los gastos de entrega y transporte en su caso	69,0	31,0
-procedimientos de pago, entrega y ejecución	78,3	21,7
-fecha de entrega, ejecución del contrato	81,5	18,5
-la duración del contrato, o si el contrato es de duración indeterminada o se prolonga de forma automática, las condiciones de resolución (n=8)	62,5	37,5
-cuando proceda, duración mínima de las obligaciones de la persona consumidora derivadas del contrato (n=13)	92,3	7,7
-recordatorio de la existencia de una garantía legal de conformidad para los bienes, la existencia y las condiciones de los servicios postventa y las garantías comerciales	48,4	51,6
-lengua o lenguas en las que podrá formalizarse el contrato, cuando esta no sea la lengua en la que se le ha ofrecido la información previa a la contratación	92,1	7,9
Cuando proceda, la existencia de asistencia postventa, servicios posventa y garantías comerciales, así como sus condiciones	55,6	44,4
La dirección del establecimiento del empresario donde la persona consumidora pueda dirigir sus reclamaciones	65,8	34,2

OBLIGACIONES PREVIAS A LA CONTRATACIÓN	%SI	%NO
Se informa sobre: -los distintos trámites para celebrar el contrato	80,3	19,7
-si el prestador del servicio va a archivar el documento electrónico en que se formalice el contrato y si este va a ser accesible	76,4	23,6
-cómo identificar y corregir errores en los datos	74,1	25,9
-las condiciones generales a las que deba sujetarse el contrato	86,7	13,3
-las condiciones anteriores pueden ser almacenadas y reproducidas por el destinatario	74,1	25,9
Se incluye el enlace a la plataforma de resolución de litigios en línea de la Unión Europea	30,7	69,3
La persona consumidora tiene la posibilidad de confirmar expresamente que es consciente de la obligación de pago mediante un botón o función similar etiquetado con la expresión «pedido con obligación de pago» o similar	77,4	22,6
DOCUMENTO CONTRACTUAL	%SI	%NO
En caso de existir cláusulas no negociadas: son concretas, claras, sin reenvíos a textos o documentos que no se faciliten previa o simultáneamente a la conclusión del contrato, a los que en todo caso deberá hacerse referencia.	72,3	27,7
Accesibilidad y legibilidad, de forma que el consumidor pueda conocer previamente su existencia y contenido.	85,1	14,9
Ausencia de cláusulas abusivas en los contratos	42,9	57,1
PUBLICIDAD	%SI	%NO
Ausencia de publicidad que induzca o pueda inducir a error al/a la consumidor/a	76,0	24,0
Las leyendas o cláusulas que exhiben respetan los derechos de las/os consumidoras/es	66,7	33,3
DERECHO DE DESISTIMIENTO	%SI	%NO
Cuando exista un derecho de desistimiento se informa sobre las condiciones, el plazo y los procedimientos para ejercitarlo	59,7	40,3
Cuando no proceda el derecho de desistimiento, la indicación de que a la persona consumidora no le asiste tal derecho	75,0	25,0
El plazo de desistimiento es, como mínimo de 14 días naturales	77,5	22,5
Cuando exista un derecho de desistimiento se proporciona el modelo de formulario de desistimiento	57,1	42,9
Cuando proceda, la indicación de que el consumidor asume el coste de la devolución	87,9	12,1
Se facilita el ejercicio del derecho de desistimiento	74,5	25,5

INFORMACIÓN Y DOCUMENTACIÓN JUSTIFICATIVA DEL CONTRATO	%SI	%NO
Se entrega recibo justificante, copia o documento acreditativo de la operación de compraventa efectuada	82,9	17,1
Constan en los documentos anteriores:		
-la identificación personal o social y fiscal del/de la proveedor/a	100,0	0,0
-la cantidad abonada	100,0	0,0
-el concepto por el que se satisface	100,0	0,0
-la fecha	100,0	0,0
-la dirección del/de la proveedor/a	100,0	0,0
En su caso figura la fecha en que el/la empresario/a se compromete a entregar los bienes o a ejecutar la prestación del servicio	100,0	0,0
Ausencia de cláusulas abusivas o que induzca a error en los documentos anteriores u otros	96,7	3,3
Se facilita confirmación del contrato celebrado en soporte duradero y en un plazo razonable	92,9	7,1
HOJAS DE RECLAMACIONES	%SI	%NO
Disponen de hojas de reclamaciones	70,4	29,6
Informan de la existencia de las hojas de reclamaciones y de la forma de acceder a las mismas	40,6	59,4

ANÁLISIS DE LOS DATOS DE LA CAMPAÑA

Los resultados obtenidos durante las cinco últimas campañas han sido:



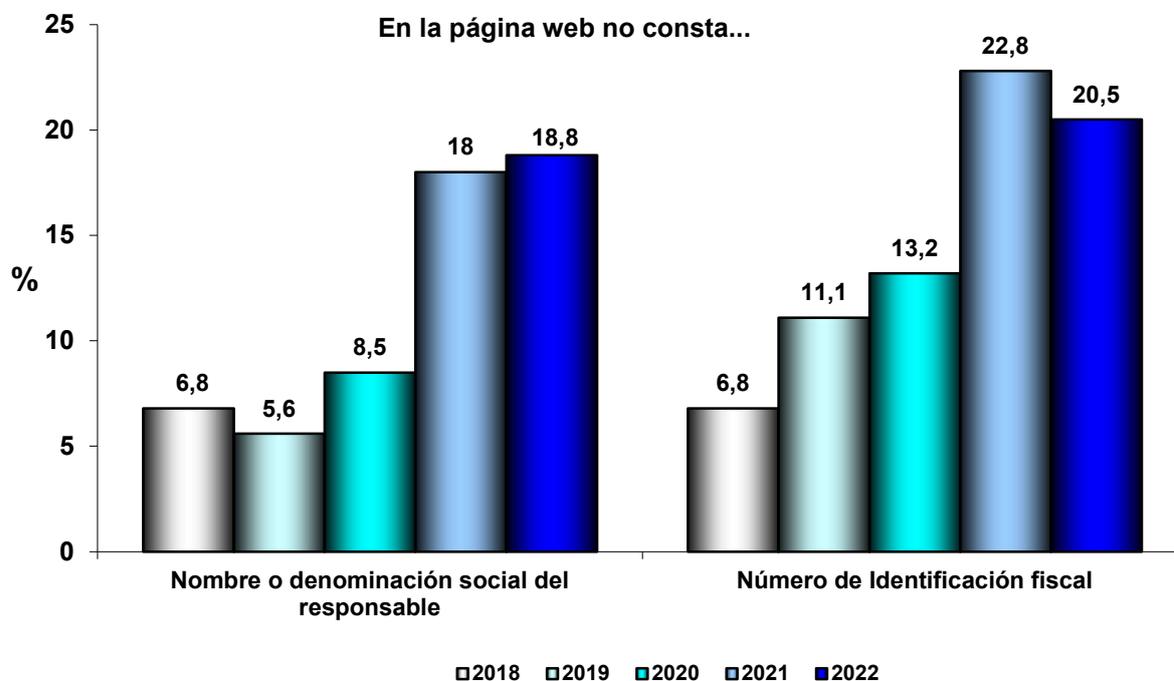
Los resultados más significativos se detallan por módulos a continuación:

IDENTIFICADOR DEL/DE LA PROVEEDOR/A

En este módulo las infracciones más significativas son:

- No consta el nombre o la denominación social del/de la responsable de la oferta en el 18,8% de las páginas investigadas.
- En un 20,5% no consta el NIF del/de la responsable.

Los datos comparados de los cinco últimos años son:



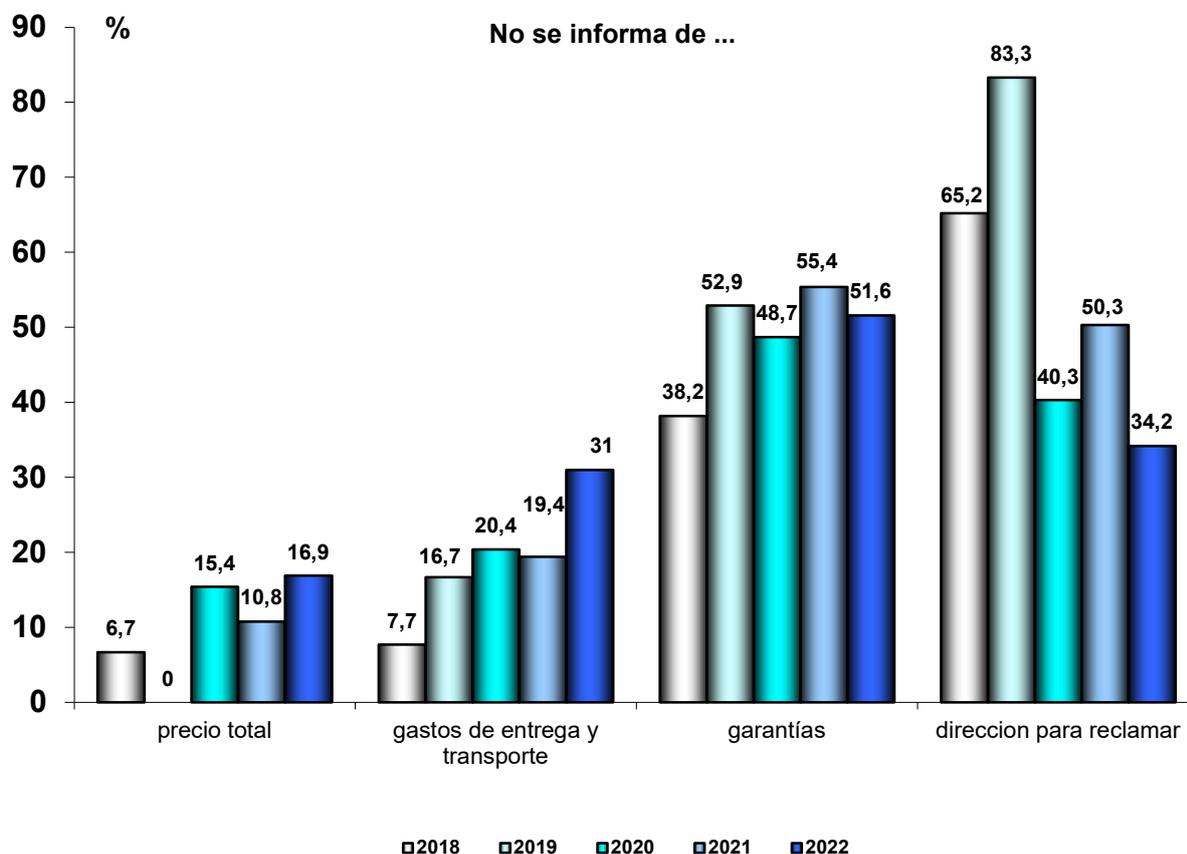
En esta ocasión los porcentajes de irregularidades son similares a los del año anterior, los cuales aumentaron significativamente en relación a las campañas anteriores.

INFORMACIÓN PRECONTRACTUAL

Los datos más significativos en este apartado son los siguientes:

- No consta la información sobre el precio total de los artículos o servicios que ofertan en el 16,9% de las páginas web controladas.
- La información sobre los gastos de entrega y transporte no consta en el 31,0% de los casos en que es aplicable.
- No se informa sobre las garantías en el 51,6%.
- No se informa de la dirección del establecimiento donde el consumidor pueda dirigir sus reclamaciones en el 34,2%.

Los datos comparados de las cinco últimas campañas son:

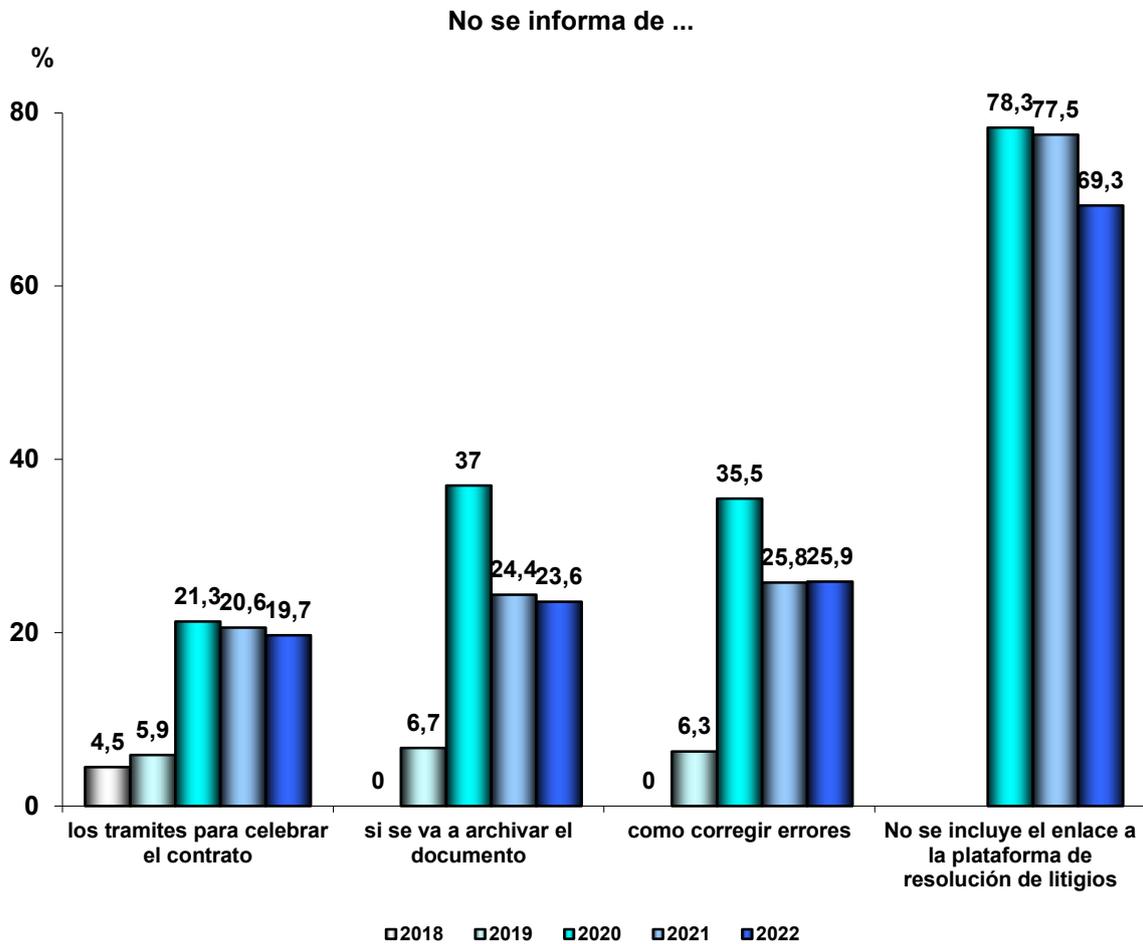


OBLIGACIONES PREVIAS A LA CONTRATACIÓN

Las irregularidades que se han detectado en este apartado han sido:

- No se incluye en el 69,3% el enlace a la plataforma de resolución de litigios de la Unión Europea.
- Tampoco se ofrece información de cómo identificar o corregir errores en el 25,9% de los casos
- No se indica si se va a archivar el documento en que se formalice el contrato y si este va a ser accesible en el 23,6% de los casos.
- No se informa sobre los distintos trámites a realizar para celebrar el contrato en el 19,7% de los casos.

Los datos de las cinco últimas campañas son:



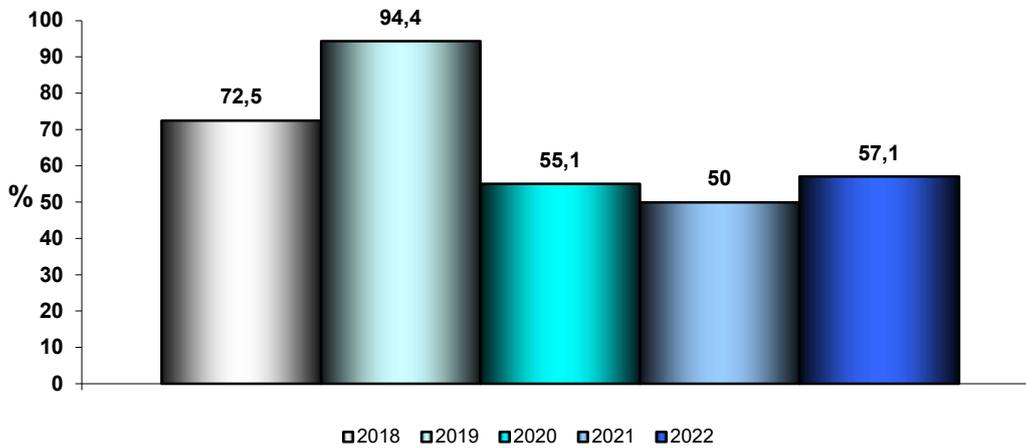
Se mantiene la tendencia de las dos últimas campañas, con un ligero descenso en el porcentaje de infracciones con respecto a la campaña anterior, si bien los valores son muy superiores a los registrados en las campañas anteriores al año 2020.

DOCUMENTO CONTRACTUAL

Como en ocasiones anteriores la deficiencia más importante de este apartado es la inclusión de cláusulas abusivas en los contratos, el 57,1%, incluyen cláusulas abusivas.

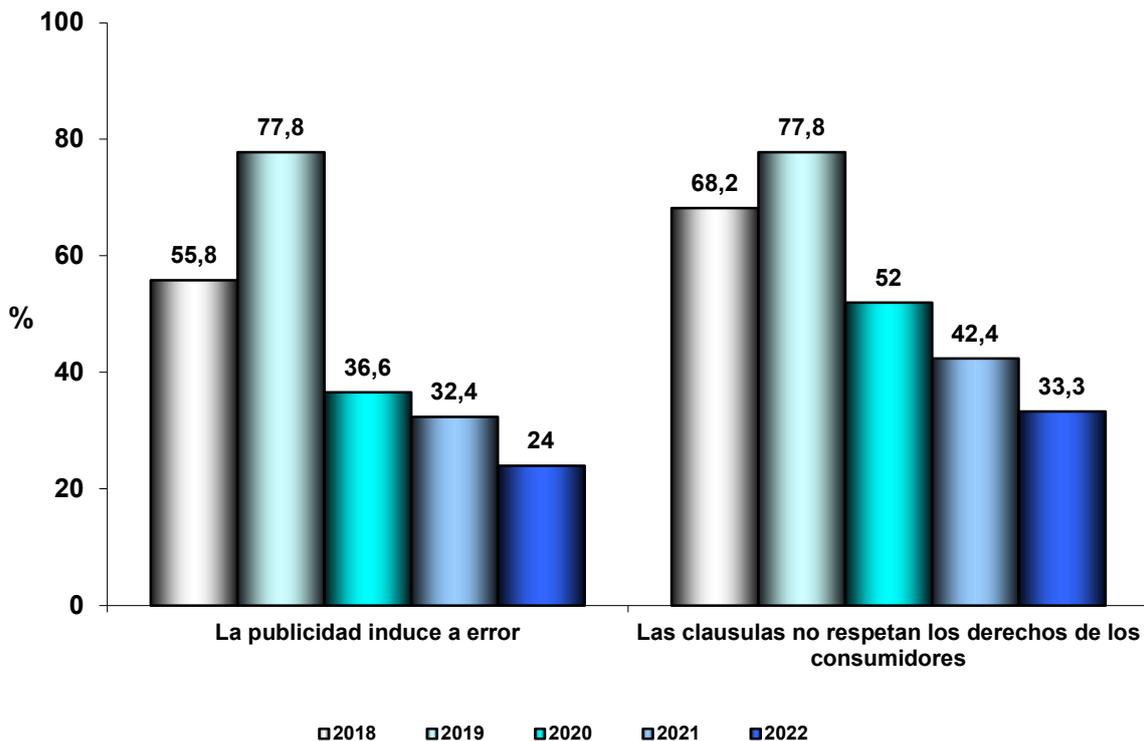
El dato de la deficiencia puesto en comparación quedaría

Irregularidades en los contratos



PUBLICIDAD

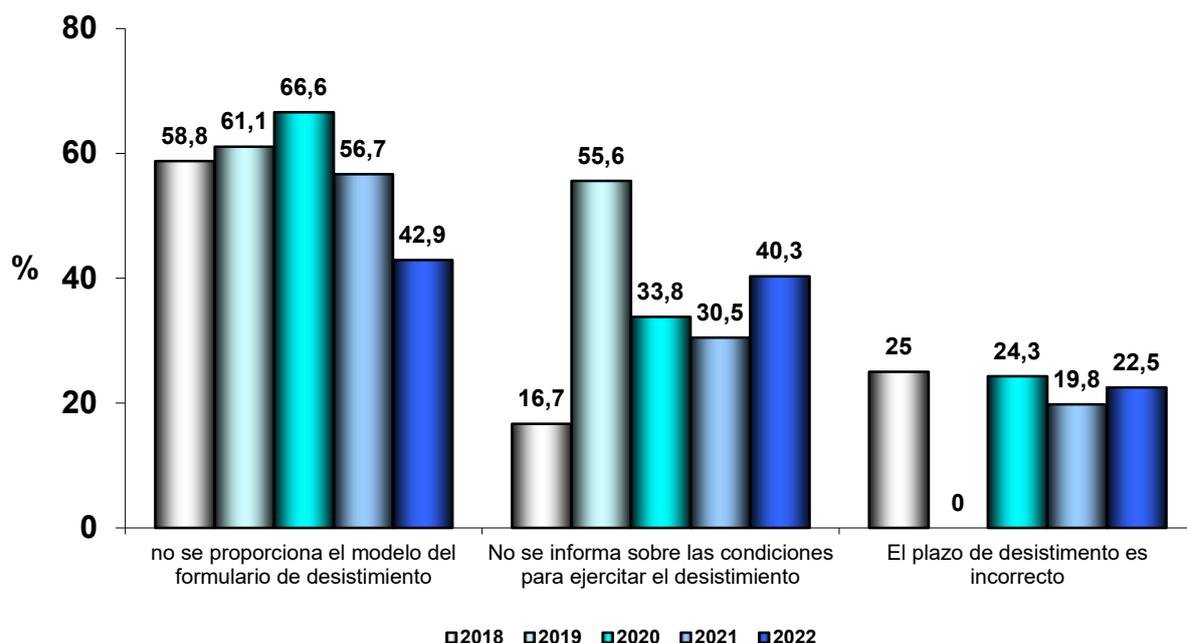
- El 24,0% de las páginas Web tenía contenido que podían inducir a error a la persona consumidora.
- El porcentaje de páginas Web donde se han detectado leyendas o cláusulas que no respetaban los derechos de los consumidores es del 33,3%.



DOCUMENTO DE DESISTIMIENTO

La irregularidad más destacable en este apartado es que no se proporciona el modelo del formulario de desistimiento en el 42,9% cuando existe el derecho de desistimiento.

El resto de las irregularidades se pueden ver en el cuadro siguiente donde se comparan con los de las anteriores campañas

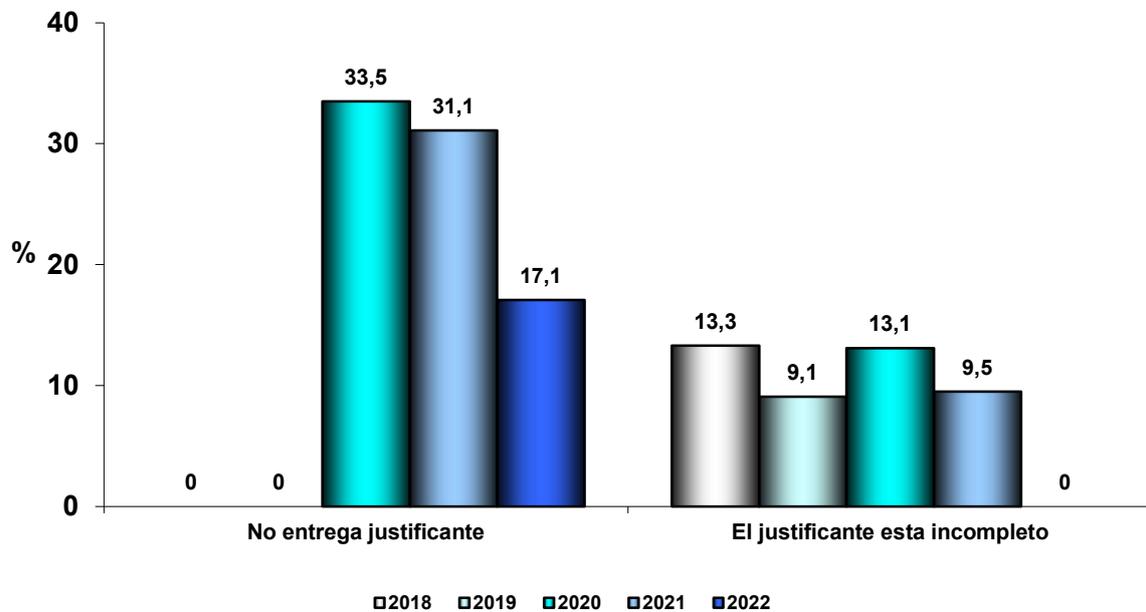


INFORMACIÓN Y DOCUMENTACIÓN JUSTIFICATIVA DEL CONTRATO

Las infracciones detectadas en este apartado son:

- En el 17,1% de los casos no se entrega justificante acreditativo de la operación de compraventa efectuada.
- El 3,3% de los justificantes contiene cláusulas que no respetan los derechos de las/os consumidoras/es.
- En esta campaña no se han detectado deficiencias en cuanto a la inclusión de los datos obligatorios exigidos por la normativa en los documentos justificativos de la compra.

Los datos anteriores se comparan con los de anteriores campañas en el gráfico siguiente:

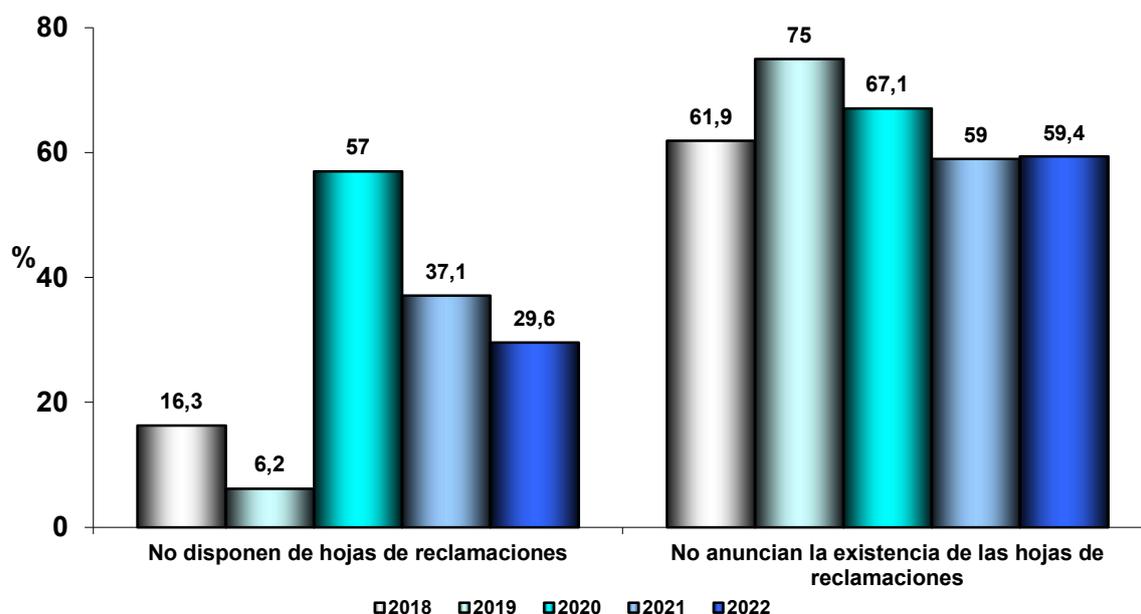


HOJAS DE RECLAMACIONES

En este último módulo, los aspectos controlados han arrojado los siguientes resultados:

- Un 59,4% de las páginas no informan sobre la existencia de hojas de reclamaciones y de la forma de acceder a ellas.
- El 29,6% de las empresas no dispone de hojas de reclamaciones.

Los datos de los últimos años son:



Como conclusión a la vista de los datos reflejados en este documento, el nivel de infracciones se mantiene alto, por encima del 90% como es la tónica en esta campaña a lo largo de los últimos cinco años, solo en la campaña anterior se descendió de dicho nivel, a un 89,3%.

El porcentaje global de infracciones tras la inspección inicial ha subido dos puntos y medio situándose en el 91,8%. El rápido desarrollo de la actividad no va acompañado a su vez por el suficiente conocimiento de la normativa aplicable, y otra causa que también hay que apuntar, es la gran cantidad de requisitos exigibles por la normativa con objeto de dar una mayor protección a los consumidores. Continua como una de las infracciones más notables la falta de inclusión del enlace a la plataforma de resolución de litigios, aunque en esta ocasión se reduce el porcentaje de incumplimiento desde el 77,5% del 2021 al 69,3% del 2022.

Por último, hay que señalar que tras la comprobación de subsanación de deficiencias, se mantienen irregularidades en 24 páginas web, por lo que el porcentaje de irregularidades queda finalmente reducido al 28,2%, este dato ligeramente mejor al 29,9% de la campaña anterior.

El alto porcentaje de irregularidades y la importancia de esta modalidad de venta justifican sobradamente la continuación de esta campaña de manera ininterrumpida.