

EVALUACIÓN DE LA CAMPAÑA DE CONTROL GENERAL DE ESTABLECIMIENTOS 2017

INTRODUCCIÓN

Esta campaña constituye la principal campaña de continuidad y constituye la base de las actuaciones que realizan los departamentos de consumo de los Distritos de Madrid.

Los establecimientos controlados durante la campaña han sido de cualquier tipo de establecimientos a los que le es aplicable la normativa de consumo y que no han sido objeto de un control específico durante el año.

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 los consumidores, de obtener un documento justificativo de la transacción efectuada y a que se cumplan las prescripciones generales relativas a las garantías de los productos.

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 3/2014, de 27 de marzo, por la que se modifica el texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias, aprobado por el Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre.
- 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.

EJECUCIÓN DE LA CAMPAÑA

La Campaña de Control General de Establecimientos ha sido efectuada durante todo el año 2017 por las/os Inspectoras/es Técnicos de Calidad y Consumo del Ayuntamiento de Madrid en establecimientos ubicados en el término municipal de la capital.

Se han realizado un total de 4376 inspecciones, de las cuales 2835 han sido en primera visita y 1541 han sido visitas de comprobación.

De los 2835 establecimientos controlados se han registrado irregularidades en 1749 el 61,7% de los mismos.

En las 1541 visitas de comprobación una vez realizada la misma se ha comprobado que se subsanaban las deficiencias en 1253 ocasiones, lo que supone que en el 81,3% de los casos se ha corregido la irregularidad detectada.

RESULTADOS

INSPECCIONES TOTALES (1º Y 2ª VISITA)	4.376
ESTABLECIMIENTOS INSPECCIONADOS (1ª VISITA)	2.835
ESTABLECIMIENTOS CON IRREGULARIDADES	1.749 (61,7%)
OBSTRUCCIONES O NEGATIVAS	8 (0,3%)

DOCUMENTACIÓN	%SI	%NO
Exhibe el cartel con el NDP del establecimiento	80,3	19,7
Dispone de documento acreditativo que autorice el ejercicio de la actividad	72,6	27,4
HORARIO		
Tiene expuesto el horario de atención al público en lugar visible desde el exterior incluso estando cerrado el establecimiento	90,4	9,6
PUBLICIDAD E INFORMACIÓN		
La publicidad y la información exhibida no inducen a error o a engaño a las personas consumidoras	80,6	19,4
Facilitan la información precontractual obligatoria en su caso	77,4	22,6
EXHIBICIÓN DE PRECIOS		
Se exhiben los precios de venta de los artículos expuestos en el escaparate, cuando disponga del mismo (n=1960)	70,4	29,6
Se exhibe el precio total de venta de todos los productos puestos a disposición de las personas consumidoras en el interior del establecimiento	81,8	18,2
Se exhibe el precio por unidad de medida de aquellos artículos que deban llevarlo (n=548)	86,0	14,0
Exhiben, en su caso, de forma visible las tarifas de precios de los servicios ofertados (n=859)	77,5	22,5
Están correctamente anunciados los precios de venta en los folletos o en cualquier otra forma de publicidad con indicación de precio (n=840)	88,0	12,0
Los precios son inequívocos, fácilmente identificables, claramente legibles, situados en el mismo campo visual y son visibles para las personas consumidoras sin necesidad de que se tenga que solicitar dicha información	92,7	7,3
Existe coincidencia entre los precios exhibidos en carteles, lineales, escaparates, folletos y publicidad.	94,0	6,0
Existe coincidencia entre los precios exhibidos y los precios cobrados	95,1	4,9
En caso de contemplar la posibilidad de pago aplazado o financiado (n=76) se informa de: -El precio total de adquisición bajo esta forma de pago	88,2	11,8

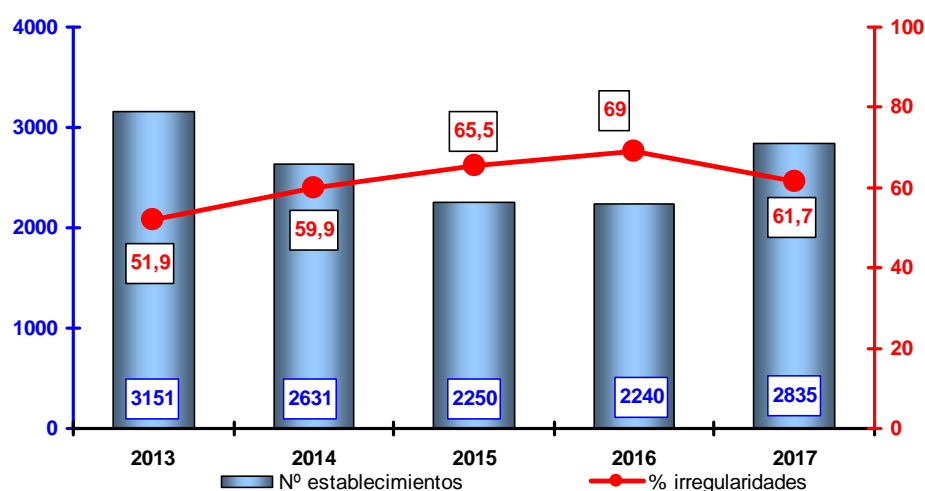
	%SI	%NO
-El precio total de adquisición al contado	98,4	1,6
-El número total de plazos fijados	100,0	0,0
-La periodicidad de los plazos	100,0	0,0
MEDIOS DE PAGO ADMITIDOS		
Se aceptan los medios de pago admitidos legalmente	99,7	0,3
En caso de existir excepciones, se anuncian en el establecimiento y/o documentos contractuales (n=190)	85,3	14,7
Se admiten toda clase de billetes.	99,3	0,7
Se admiten tarjetas de crédito estando anunciadas (n=2018)	96,3	3,7
En caso de existir excepciones estas se anuncian (n=274)	86,5	13,5
INFORMACIÓN Y DOCUMENTACIÓN JUSTIFICATIVA DEL CONTRATO		
Se entrega factura o recibo acreditativo del pago efectuado	95,0	5,0
Consta en los documentos anteriores:		
-la identidad personal o social y fiscal del proveedor	87,5	12,5
-la dirección del proveedor	96,2	3,8
-la cantidad abonada	99,6	0,4
-el concepto	97,7	2,3
-la fecha	99,1	0,9
-en su caso, se informa sobre el derecho de desistimiento, indicando sus plazos, condiciones y posibles limitaciones	80,7	19,3
-en su caso figura la fecha en que el empresario se compromete a entregar los bienes o a ejecutar la prestación del servicio	78,8	21,2
Entregan documento sobre las condiciones generales en la prestación o arrendamiento de servicios, cumpliendo la normativa aplicable en su caso	78,7	21,3
Entregan correctamente cumplimentados los resguardos de depósito y/o presupuesto previo en su caso	72,5	27,5
Ausencia de cláusulas abusivas o que induzcan a error en los documentos anteriores u otros	92,0	8,0
GARANTÍAS		
Se facilita información antes de comprar sobre las garantías (recordatorio de la garantía legal y garantías comerciales) de los artículos que venden	76,9	23,1
Se entrega garantía comercial formalizada por escrito o en cualquier soporte duradero	6,7	93,3

GARANTÍAS	%SI	%NO
La garantía está formalizada en castellano	98,5	1,5
La garantía expresa:		
-el bien sobre el que recae la garantía	98,5	1,5
-el nombre y la dirección del garante	98,5	1,5
-que la garantía no afecta a los derechos legales de las personas consumidoras ante la falta de conformidad de los productos con el contrato, en productos de naturaleza duradera constan los derechos que la ley concede	87,9	12,1
-los derechos adicionales a los legales, que se conceden a las personas consumidoras como titulares de la garantía	92,2	7,8
-el plazo de duración de la garantía	97,0	3,0
-el alcance territorial	95,3	4,7
-las vías de reclamación de que dispone las personas consumidoras	81,8	18,2
CONTROL DE CAMBIOS	%SI	%NO
Se admiten cambios y/o devoluciones	72,1	27,9
En caso de aceptar cambios o devoluciones:		
-Se anuncia la posibilidad de cambio/devolución en el establecimiento	81,4	18,6
-Se incorpora la posibilidad de cambio/devolución en el tiqué, factura o documento análogo	85,0	15,0
En las condiciones de devolución:		
-figura, en su caso, el plazo en que se puede hacer efectiva la devolución	91,4	8,6
-figuran, en su caso, las exclusiones/limitaciones (rebajas, promoción, tiqués regalo, etc)	80,2	19,8
Se reintegra el dinero en efectivo	41,2	58,8
Se reintegra mediante vales de compra	60,8	39,2
En caso de entregar vale:		
-se fijan las condiciones	93,4	6,6
-figura el plazo de validez o caducidad	85,8	14,2
-figuran las exclusiones/limitaciones (rebajas, ofertas, etc.)	88,5	11,5
-figura el importe del vale	97,2	2,8
-figura la identificación del establecimiento	95,5	4,5
HOJAS DE RECLAMACIONES	%SI	%NO
Tienen a disposición de los consumidores hojas de reclamaciones	87,1	12,9
Anuncia mediante cartel ajustado al modelo oficial la existencia de las hojas de reclamaciones de modo permanente y perfectamente visible al público	87,4	12,6

ANÁLISIS DE LOS DATOS DE LA CAMPAÑA

Durante el 2017, se visitaron 2.835 establecimientos de los que 1.749 (61,7%) presentaba alguna irregularidad en materia de consumo.

Los datos comparativos de las cinco últimas campañas son:



Las infracciones más significativas en materia de consumo detectadas han sido:

PUBLICIDAD

En el 19,4% de los establecimientos exhiben publicidad o información que puede inducir a error a las personas consumidoras, dato similar al 20,4% de la campaña anterior.

En el 22,6% de los casos no se facilita toda la información precontractual obligatoria, en este caso el dato mejora el de la anterior campaña que fue del 29,7%.

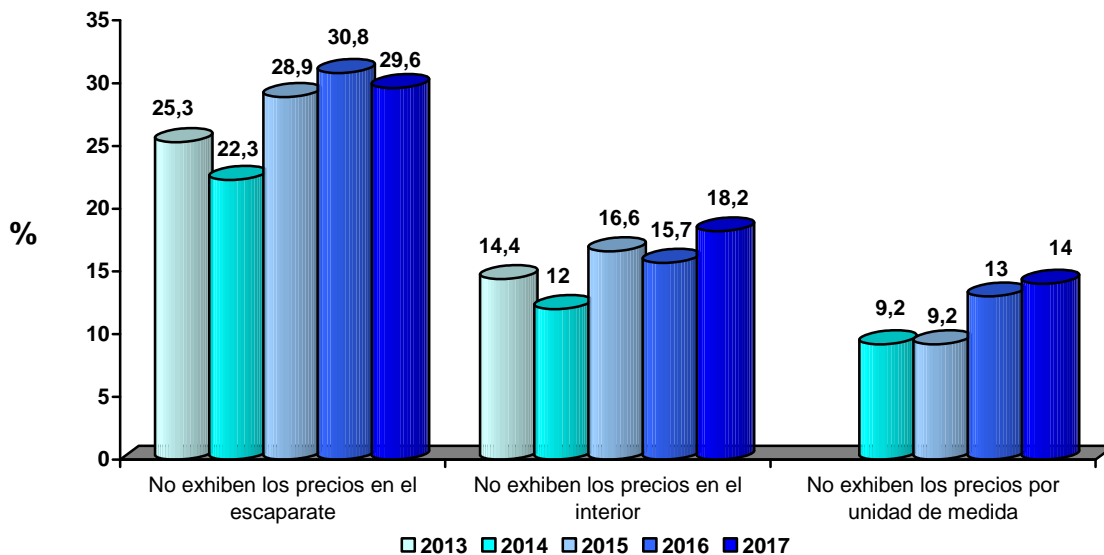
EXHIBICIÓN DE PRECIOS

No se exhibe los precios en el escaparate en el 29,6% de los casos en que es preceptivo,

En lo relativo a la falta de exhibición de precios en el interior del establecimiento, se comprueba que es del 18,2%.

El dato de la falta de exhibición del precio por unidad de medida cuando es aplicable se sitúa en el 14% superando al obtenido en el año 2016 que fue del 13%.

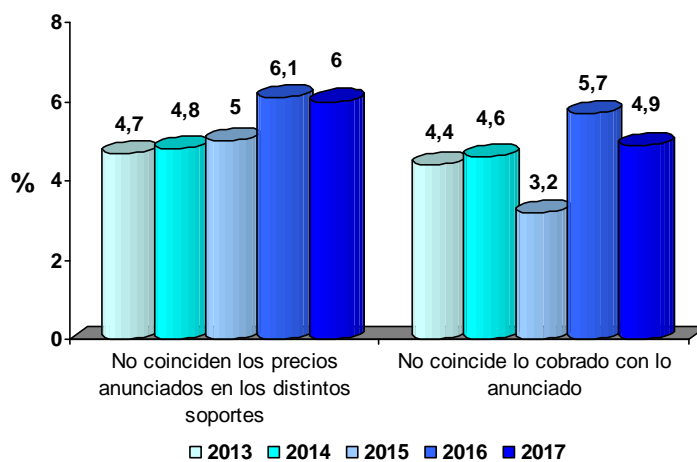
Los datos de las cinco últimas campañas comparados son:



También se comprobó que no existía coincidencia en los anuncios de los precios en los distintos soportes disponibles en el 6,0% de los casos.

Así mismo se vio que en el 4,9% de los casos hubo situaciones donde no coincidían los precios cobrados en algunos artículos con los anunciados.

La evolución de los datos en las últimas campañas es:



MEDIOS DE PAGO ADMITIDOS

En el 0,7% de los establecimientos visitados no se admiten toda clase de billetes, dato similar al de años anteriores.

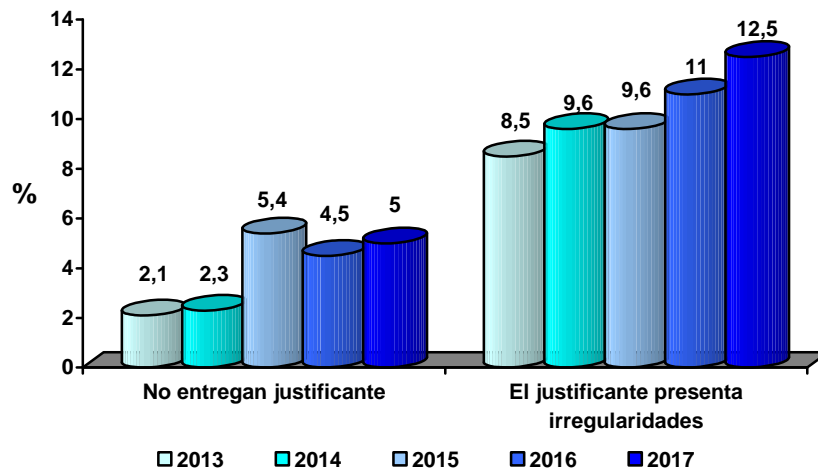
En cuanto a la no admisión de tarjetas de crédito en todo momento incluso estando anunciadas, el dato es del 3,7%, mejorando en casi 3 puntos el obtenido en el año 2016.

INFORMACIÓN Y DOCUMENTACIÓN JUSTIFICATIVA DEL CONTRATO

No se entrega documento justificante de la compra efectuada en el 5% de los establecimientos inspeccionados.

Cuando entregan el documento anterior, este presenta irregularidades en al menos el 12,5% de los casos que es el valor del porcentaje en que falta de dichos justificantes los datos de identificación del proveedor.

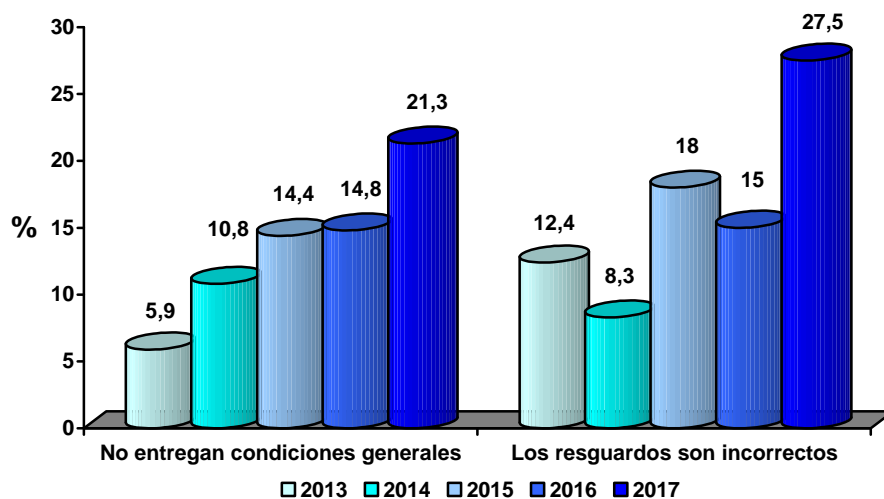
Los datos comparativos son:



En este módulo también se han controlado otros aspectos, así se ha comprobado que:

- En el 21,3% de los casos en que es aplicable no se entrega documento sobre las condiciones generales en la prestación o arrendamiento de servicios.
- En el 27,5% de los casos en los que resulta aplicable, no se entregan correctamente cumplimentados los resguardos de depósito y/o presupuesto previo.

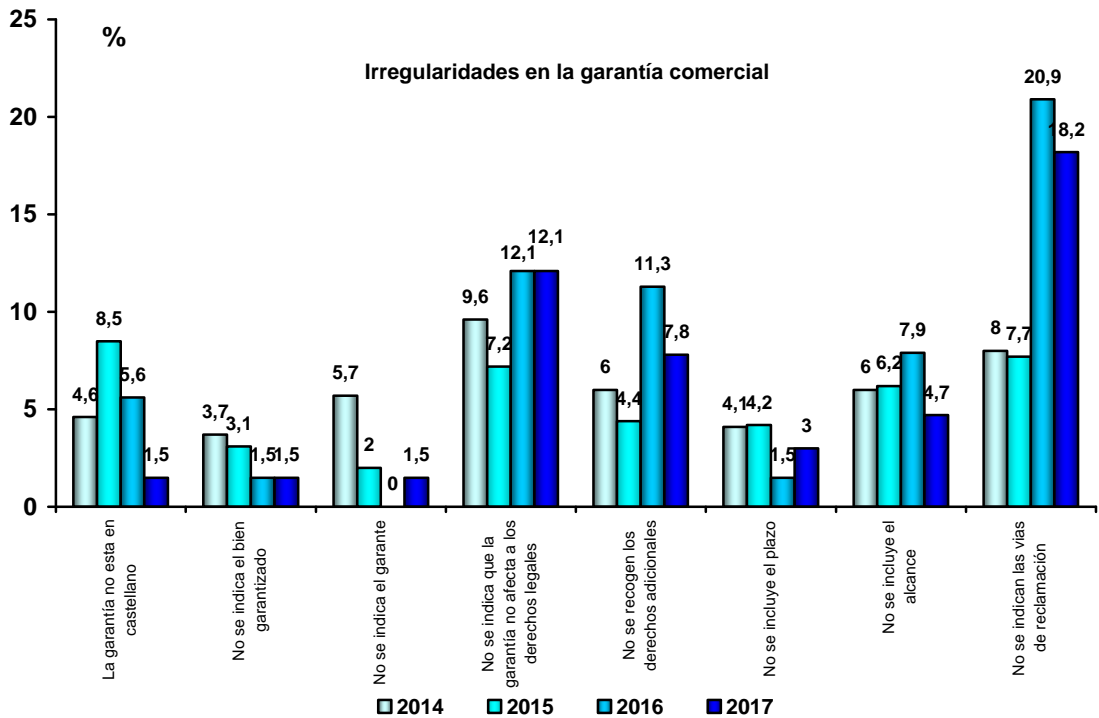
Los datos anteriores, de manera comparada:



GARANTÍAS

En esta ocasión se ha comprobado que se entregaba garantía comercial formalizada por escrito en el 6,7% de los establecimientos inspeccionados. En las garantías comprobadas, las principales deficiencias encontradas son:

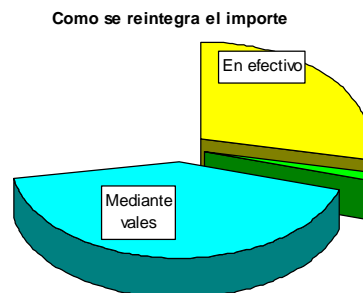
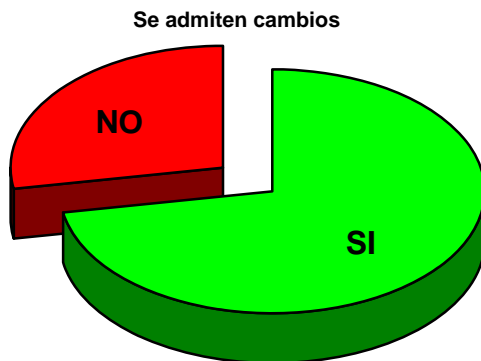
- La garantía comercial no está formalizada en castellano en el 1,5% de los casos.
- No se indican las vías de reclamación de las que dispone el consumidor en el 18,2%.
- No se indica que la garantía no afecta a los derechos legales de las personas consumidoras ante la falta de conformidad del producto en el 12,1% de los documentos de garantía controlados.
- En un 7,8% de las garantías no se recogen los derechos adicionales a los legales que se conceden al titular de la garantía.
- En el 4,7% de las garantías no se especifica el alcance territorial de la misma.
- Tampoco se indica el plazo de duración de la garantía comercial en el 3% de las mismas
- En el 1,5% no se indica el bien sobre el que recae la garantía y en idéntico porcentaje tampoco se indica el nombre y la dirección del garante.



CONTROL DE CAMBIOS

En el 72,1% de los casos, admitían cambios.

Cuando se admiten cambios o devoluciones, en el 41,2% se reintegra el dinero en efectivo y en el 60,8% se reintegra el importe mediante vales.

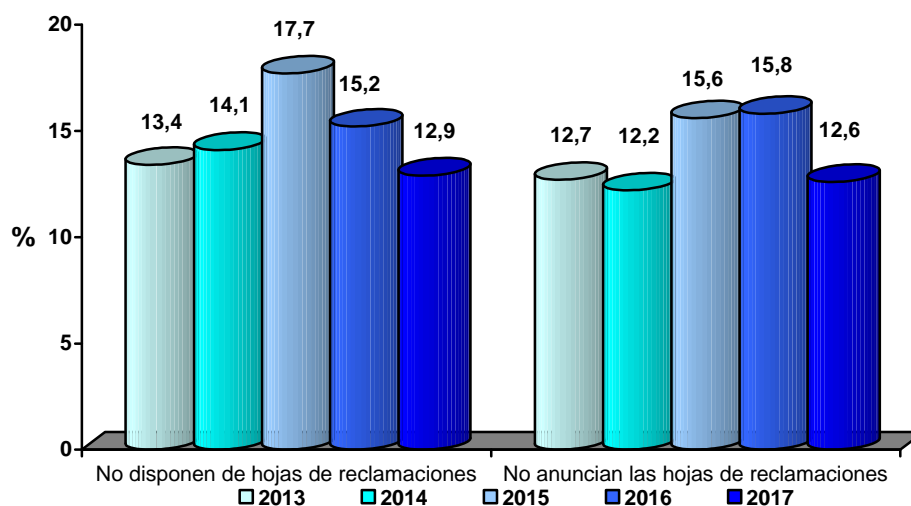


Cuando se admiten cambios o devoluciones no se anuncia de manera clara esta circunstancia en el 18,6% de los casos y no figuran en el ticket, factura o documento análogo esta posibilidad en el 15%, tampoco figura de manera precisa el plazo para hacer efectiva la devolución en el 8,6% de los casos y en el caso de existir exclusiones estas no figuran en el 19,8% de los casos.

Cuando se reintegra el dinero mediante vales, en el 6,6% de los casos no figuran las condiciones de su utilización, en el 14,2% no figura el plazo de validez, en un 11,5% no figuran las exclusiones o limitaciones, en un 2,8% no figura el importe del vale y en el 4,5% no se indica la identidad del titular del establecimiento en el vale.

HOJAS DE RECLAMACIONES

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



Teniendo en cuenta que en la visita de comprobación más del 80% han corregido las irregularidades, al final de la campaña el resultado de aquellos establecimientos que siguen manteniendo las irregularidades disminuye al 17,5%.