

EVALUACIÓN DE LA CAMPAÑA DE CONTROL DE ETIQUETADO DE ARTÍCULOS SINGULARES 2018

INTRODUCCIÓN

El objeto de esta campaña es el control de determinados tipos de artículos que no suelen ser objeto de ninguna clase de control por parte de la inspección de consumo, debido a dos factores, que el número de establecimientos donde se comercializan no es lo suficientemente elevado como para justificar una campaña o bien se venden en locales con una gran variedad de artículos que no se ajustan de manera concreta a un sector a controlar. Dentro del primer grupo podríamos considerar los artículos que se venden en sex shop, tiendas de manualidades y dentro del segundo incluiríamos, a las tiendas de souvenir, tiendas especializadas en instrumentos musicales, juguetes electrónicos, maquetas, etc.

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.
- 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 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 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.

- Real Decreto 928/1987, de 5 de junio, relativo al etiquetado de composición de los productos textiles y sus modificaciones.
- 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 de Etiquetado de Artículos Singulares ha sido efectuada durante el año 2018 por Inspectoras/es Técnicos de Calidad y Consumo del Instituto Municipal de Consumo en establecimientos ubicados en el término municipal.

Se han realizado un total de 100 inspecciones, de las cuales 59 han sido en primera visita y 41 han sido visitas de comprobación.

En los 59 establecimientos inspeccionados se han registrado irregularidades en 38 el 64,4% de los mismos.

Tras realizar las visitas de comprobación se ha verificado que sólo 7 establecimientos mantenían las irregularidades, lo que supone que el porcentaje de establecimientos con irregularidades se reduce finalmente hasta el 11,9%.

RESULTADOS

| | |
|---------------------------------------|------------|
| INSPECCIONES TOTALES (1º Y 2ª VISITA) | 100 |
| ESTABLECIMIENTOS INSPECCIONADOS | 59 |
| PUESTOS CON IRREGULARIDADES | 38 (64,4%) |
| OBSTRUCCIONES O NEGATIVAS | 0 (0,0%) |

| DOCUMENTACIÓN | %SI | %NO |
|---|------------|------------|
| Exhibe el cartel con el NDP del establecimiento I | 81,8 | 18,2 |
| Dispone de documento acreditativo que autorice el ejercicio de la actividad | 58,7 | 41,3 |
| | | |
| PUBLICIDAD | %SI | %NO |
| La publicidad y las cláusulas que exhiben respetan los derechos de la persona consumidora y no le inducen a error | 88,6 | 11,4 |
| Se admiten tarjetas de crédito o débito estando anunciadas. | 100,0 | 0,0 |
| En el caso de disponer de folletos publicitarios disponen de existencias de los productos ofertados | N/A | N/A |
| Figura en lugar visible la información del artículo 37.1 del Decreto 130/2002 | N/A | N/A |
| | | |
| EXHIBICIÓN DE PRECIOS | %SI | %NO |
| Expone de forma visible el PVP en los artículos expuestos en el escaparate. | 51,9 | 48,1 |
| Expone de forma visible el PVP de los artículos en el interior del establecimiento | 96,5 | 3,5 |
| En el caso de disponer de folletos publicitarios hay coincidencia entre los precios cobrados y los publicitados en el folleto | N/A | N/A |
| | | |
| DOCUMENTO JUSTIFICATIVO DE COMPRA | %SI | %NO |
| Se entrega factura o recibo acreditativo del pago efectuado | 98,2 | 1,8 |
| Consta en los documentos anteriores: | | |
| -la identidad personal o social y fiscal de la persona proveedora | 85,5 | 14,5 |
| -la dirección de la persona proveedora | 98,2 | 1,8 |
| -la cantidad abonada | 100,0 | 0,0 |
| -el concepto | 96,4 | 3,6 |
| -la fecha | 100,0 | 0,0 |
| -En su caso, se informa sobre el derecho de desistimiento, indicando sus plazos, condiciones y posibles limitaciones | 87,0 | 13,0 |
| Ausencia de cláusulas abusivas en este documento. | 76,6 | 23,4 |

| GARANTÍAS | %SI | %NO |
|---|------------|------------|
| Se facilita información antes de comprar sobre las garantías (recordatorio de la garantía legal y garantías comerciales) de los artículos que venden. | 91,1 | 8,9 |
| Se entrega garantía comercial formalizada por escrito o en cualquier soporte duradero | N/A | N/A |
| La garantía comercial está correctamente cumplimentada. | N/A | N/A |
| | | |
| HOJAS DE RECLAMACIONES | %SI | %NO |
| Tienen a disposición de las/os consumidoras/es hojas de reclamaciones | 82,5 | 17,5 |
| Anuncia mediante cartel ajustado al modelo oficial la existencia de las hojas de reclamaciones de modo permanente y perfectamente visible al público | 79,0 | 21,0 |

PRODUCTOS CONTROLADOS

374

PRODUCTOS CON IRREGULARIDADES

76 (20,3%)

| ETIQUETADO PRODUCTO INDUSTRIAL (n=268) | %SI | %NO |
|---|------------|------------|
| Existe etiquetado | 98,1 | 1,9 |
| En el etiquetado figura: -Nombre o denominación del producto (salvo que el mismo sea plenamente identificable) | 100,0 | 0,0 |
| -Nombre o razón social de las personas fabricantes, envasadoras o vendedoras establecido en la U.E. | 78,3 | 21,7 |
| -Domicilio de las personas anteriores. | 78,3 | 21,7 |
| -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 | 100,0 | 0,0 |
| -Plazo recomendado de uso si con el tiempo pierde alguna cualidad | 100,0 | 0,0 |
| -Contenido neto (unidad de masa o volumen, o nº de unidades) | 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 | 99,2 | 0,8 |
| El artículo presenta alguna deficiencia en cuanto al etiquetado | 24,3 | 75,7 |
| | | |
| ETIQUETADO DE ARTÍCULOS TEXTILES (n=75) | %SI | %NO |
| El artículo textil lleva etiquetado | 100,0 | 0,0 |
| En el etiquetado se incluyen los siguientes datos: -Nombre o razón social de la persona fabricante, comerciante o importador. | 100,0 | 0,0 |
| -Domicilio de las personas anteriores. | 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 |
| -Las indicaciones o informaciones facultativas tales como símbolos de conservación, "inencogible", "impermeable", "ignífugo", etc aparecen netamente diferenciadas. | 100,0 | 0,0 |

| | %SI | %NO |
|---|------------|------------|
| -Todas las indicaciones obligatorias aparecen con caracteres claramente visibles y fácilmente legibles. | 99,8 | 0,2 |
| -Las inscripciones del etiquetado están al menos en castellano. | 100,0 | 0,0 |
| -El etiquetado es susceptible de crear confusión acerca de la naturaleza, composición y origen de los productos textiles. | 13,3 | 86,7 |
| El artículo presenta alguna deficiencia en cuanto al etiquetado | 13,3 | 86,7 |
| ETIQUETADO DE MARROQUINERÍA (n=31) | | |
| El artículo lleva etiquetado | 100,0 | 0,0 |
| En el etiquetado de incluyen los siguientes datos: -nombre o razón social o denominación de la persona fabricante, comerciante, o importador | 100,0 | 0,0 |
| -composición de las distintas partes que conforman el artículo | 100,0 | 0,0 |
| -referencia que sirva para identificar el artículo | 100,0 | 0,0 |
| El etiquetado figura con caracteres visibles, indelebles y legibles | 96,8 | 3,2 |
| El artículo presenta alguna deficiencia en cuanto al etiquetado | 3,2 | 96,8 |

ANÁLISIS DE LOS DATOS DE LA CAMPAÑA

DATOS DE LOS ESTABLECIMIENTOS

En el año 2018, se visitaron 59 establecimientos, de los cuales 38 (64,4%) presentaba alguna irregularidad en materia de consumo.

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

PUBLICIDAD

En este apartado la principal irregularidad detectada fue que la publicidad induce a error a las personas consumidoras en el 11,4% de los casos.

EXHIBICIÓN DE PRECIOS

En este módulo los resultados obtenidos fueron:

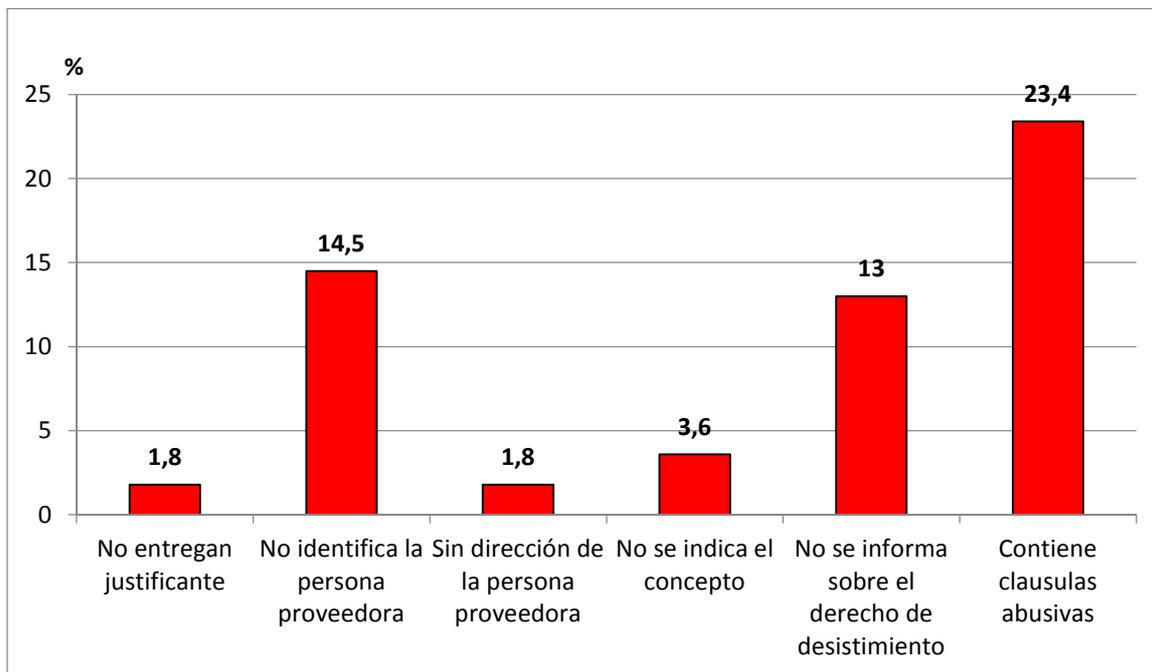
- No se exhibe los precios de los artículos que se exhiben en el escaparate en el 48,1% de los establecimientos donde es aplicable esta circunstancia.
- En cuanto al interior del establecimiento la no exhibición de los precios solo alcanza al 3,5% de los casos.

DOCUMENTO JUSTIFICATIVO DE COMPRA

En el 1,8% de los establecimientos inspeccionados no se entrega documento justificante de la compra efectuada.

En dicho documento se han observado las siguientes irregularidades:

- No se indica la identidad de la persona proveedora en el 14,5%
- No incluyen el concepto el 3,6%
- EL 23,4% contienen cláusulas abusivas.
- Cuando es aplicable el 13% no informa sobre el derecho de desistimiento y sus condiciones.



Irregularidades en documento justificante de compra.

GARANTÍAS

En el 8,9% de los establecimientos no se facilita información sobre las garantías que se ofrecen.

HOJAS DE RECLAMACIONES

El 17,5% de los establecimientos controlados no disponen de hojas de reclamaciones, y el 21% no las anuncia mediante cartel ajustado al modelo oficial.

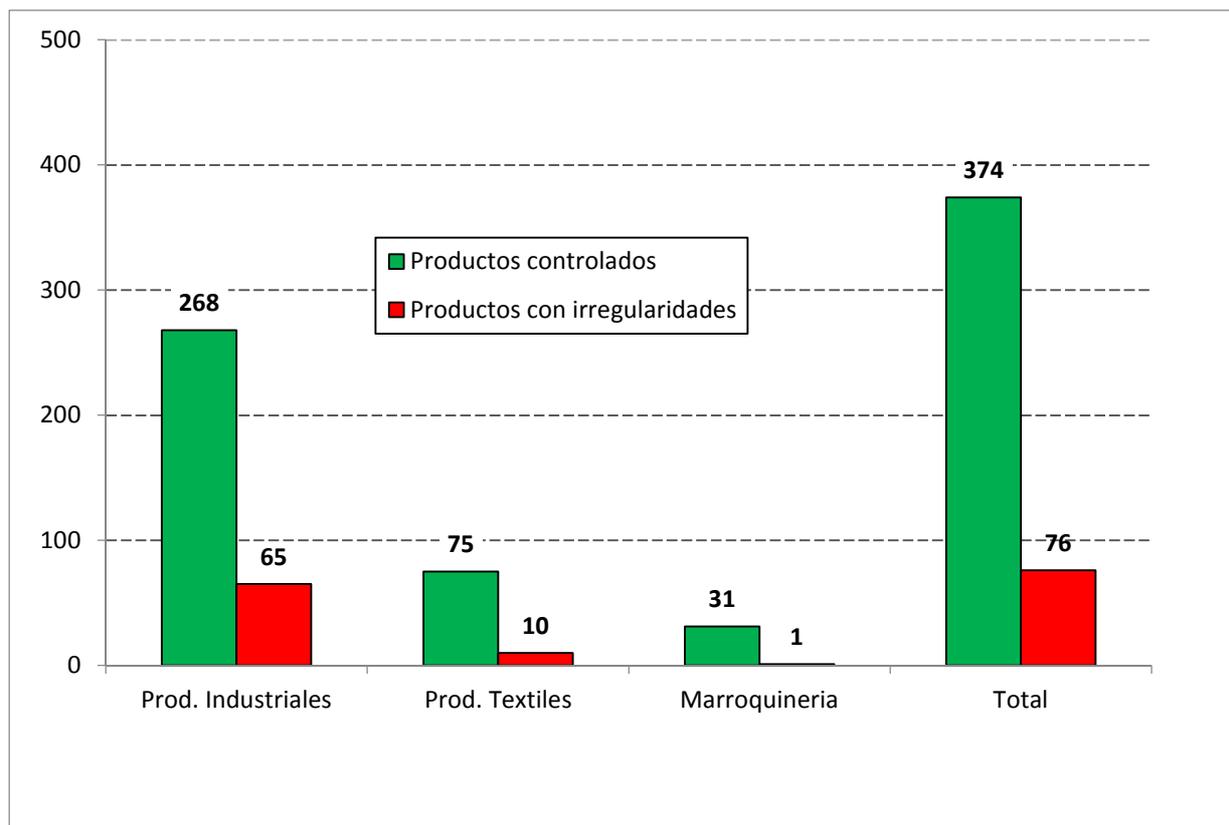
PRODUCTOS

Durante la campaña, se han controlado 374 artículos de los cuales 76 presentaban algún tipo de irregularidad en su etiquetado, lo que supone en términos relativos el 20,3%.

Particularizando por tipo de productos, se han controlado:

- 268 artículos industriales de los cuales 65 (el 24,3%) presentaban alguna deficiencia.
- 75 artículos textiles de los que 10 (el 13,3%) presentaba alguna deficiencia.
- 31 artículos de marroquinería de los que 1 (el 3,2%) presentaba alguna deficiencia.

Los datos comparados de manera gráfica:

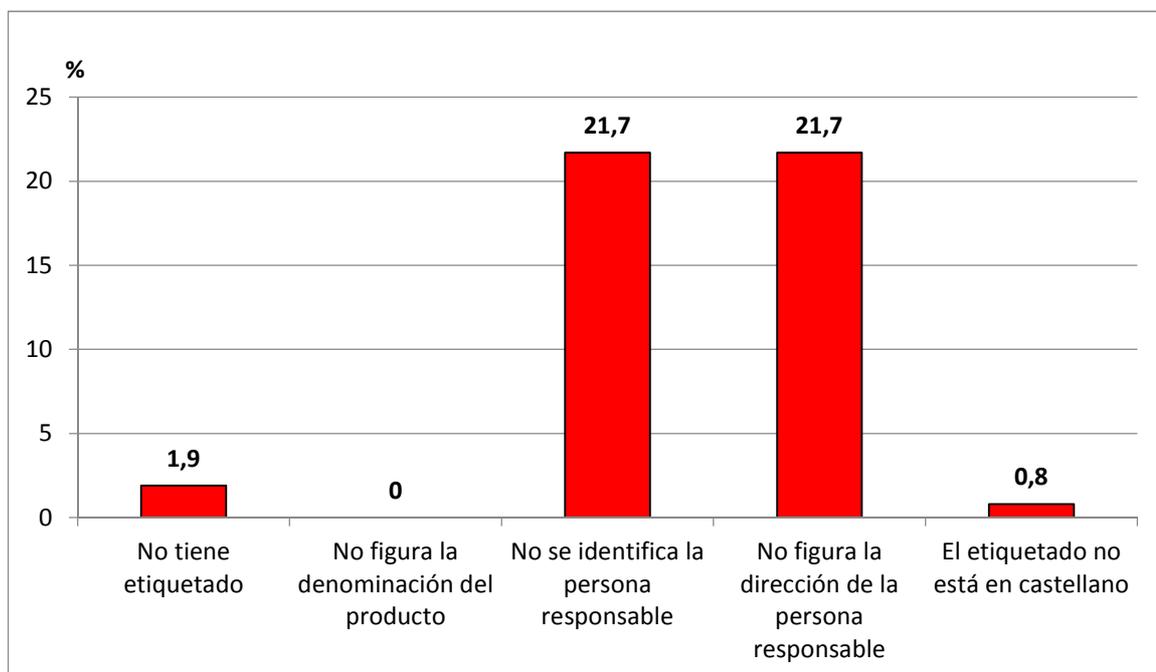


PRODUCTOS INDUSTRIALES

El 1,9% de los 268 artículos controlados a los que les era de aplicación la normativa de etiquetado de productos industriales no llevaba etiquetado.

Las deficiencias más significativas detectadas en el etiquetado de este tipo de artículos fueron:

- No se identifica a la persona responsable de la puesta en el mercado ni se informa sobre su dirección en el 21,7%.
- El etiquetado no está en castellano en el 0,8%



PRODUCTOS TEXTILES

Se han controlado 75 artículos, todos ellos llevaban etiquetado.

El 13,3% de ese etiquetado es susceptible de crear confusión en la persona del consumidor acerca de la naturaleza, composición u origen de los productos textiles.

MARROQUINERIA

En los 31 artículos de marroquinería controlados sólo se ha registrado como irregularidad que en un caso (el 3,2%) el etiquetado no figuraba adecuadamente expuesto con caracteres visibles, indelebles y legibles.

Los resultados obtenidos durante la campaña, al finalizar la vuelta de comprobación muestran un elevado nivel de cumplimiento de la normativa, solo el 11,9% de los establecimientos presentaban irregularidades, por lo que no es necesario incidir en el control de este tipo de artículos con una frecuencia elevada.