

EVALUACIÓN DE LA CAMPAÑA DE INSPECCIÓN Y CONTROL DE CENTROS DE ESTÉTICA, INSTITUTOS DE BELLEZA Y PELUQUERÍA 2018

INTRODUCCIÓN

La presente campaña tiene como antecedentes las realizadas en los años 2012 y 2014 sobre peluquerías.

En esta ocasión como novedad se ha ampliado a los establecimientos de centros de estética, institutos de belleza, institutos capilares, centros de bronceado y fotodepilación.

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 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.
- Decreto 2807/1972, de 15 de septiembre, por el que se regula la publicidad y el marcado de precios de venta al público de artículos al por menor.
- Real Decreto 3423/2000, de 15 de diciembre, por el que se regula la indicación de los precios de los productos
- Ordenanza de Consumo de la ciudad de Madrid, de 30 de marzo de 2011.

EJECUCIÓN DE LA CAMPAÑA

Esta campaña ha sido efectuada desde el 1 de marzo hasta el 30 de noviembre del año 2018 por 21 Inspectoras/es Técnicos de Calidad y Consumo de los distritos de la ciudad de Madrid.

Se han realizado un total de 2.034 inspecciones, a 1.197 establecimientos registrándose han registrado irregularidades en 881 el 73,6% de los mismos.

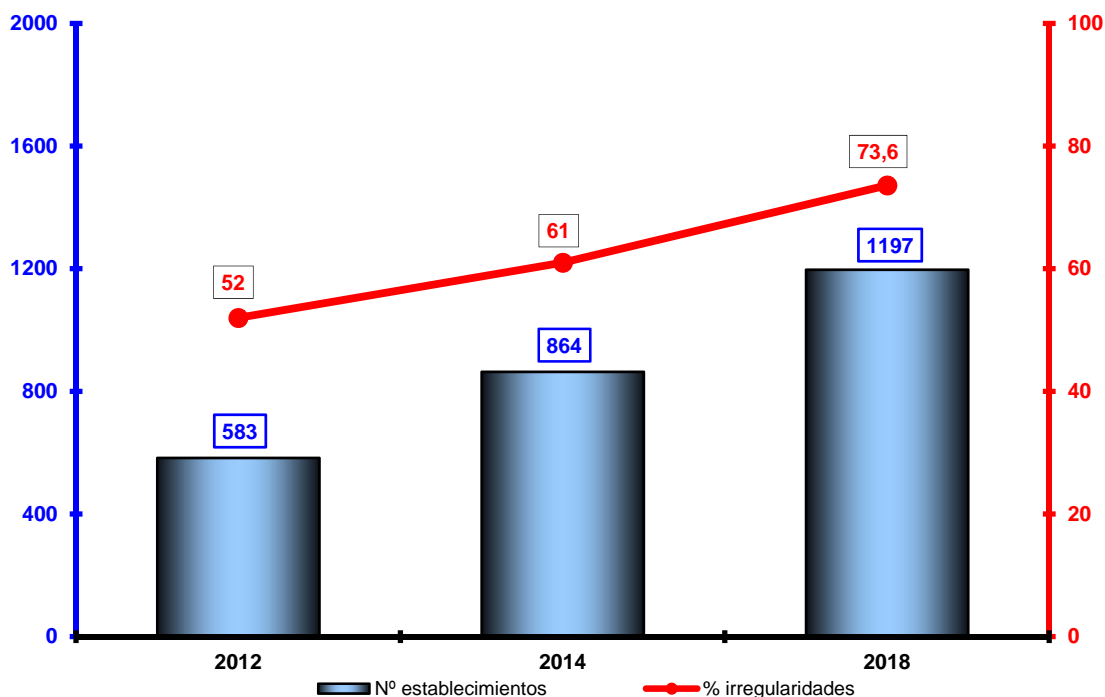
RESULTADOS

INSPECCIONES TOTALES (1ª y 2ª vuelta)	2.034
ESTABLECIMIENTOS INSPECCIONADOS (1ª visita)	1.197
ESTABLECIMIENTOS CON IRREGULARIDADES	881 (73,6%)

DOCUMENTACIÓN	%SI	%NO
Dispone de cartel con el NDP del establecimiento	78,7	21,3
Dispone de documento acreditativo que autorice el ejercicio de la actividad	69,1	30,9
PUBLICIDAD E INFORMACIÓN	%SI	%NO
La publicidad y la información exhibida no inducen a error o engaño al consumidor	66,2	33,8
Se admiten tarjetas de crédito estando anunciadas.	85,7	14,3
EXHIBICIÓN DE PRECIOS	%SI	%NO
Están expuestos de forma visible y claramente legible, los precios totales, (incluido el IVA) de cada uno de los servicios que se prestan.	66,4	33,6
En el establecimiento existe venta de productos cosméticos	67,6	32,4
Se exhiben los precios de venta de los artículos expuestos en el escaparate, cuando disponga del mismo	53,7	46,3
Se exhibe el precio total de venta de todos los productos puestos a disposición del consumidor en el interior del establecimiento	51,0	49,0
Se exhibe el precio por unidad de medida de aquellos artículos que deban llevarlo	53,7	46,3
Si existe la posibilidad de pago aplazado o financiado se informa de:		
- El precio total de adquisición bajo esta forma de pago	34,4	65,6
- El precio total de adquisición al contado	81,4	18,6
- El número total de plazos fijados	83,3	16,7
- La periodicidad de los plazos	83,3	16,7
DOCUMENTACIÓN JUSTIFICATIVA DEL CONTRATO	%SI	%NO
Se entrega factura o recibo justificativo del pago efectuado.	71,7	28,3
Consta en los documentos anteriores:		
-la identidad personal o social y fiscal del proveedor	74,7	25,3
-la dirección del proveedor	88,8	11,2
-la cantidad abonada	95,8	4,2
-el concepto	91,7	8,3
-la fecha	95,2	4,8
Ausencia de cláusulas abusivas en los documentos anteriores u otros	94,3	5,7
HOJAS DE RECLAMACIONES	%SI	%NO
Tienen a disposición de los consumidores hojas de reclamaciones	79,9	20,1
Disponen de cartel anunciador de la existencia de las hojas de reclamaciones.	80,7	19,3

ANÁLISIS DE LOS DATOS DE LA CAMPAÑA

Esta campaña se realizó anteriormente en los años 2012 y 2014. Los resultados de aquellas campañas se van a comparar con los recogidos en la presente edición:



En esta última campaña el nivel de irregularidades aumentó con respecto a la del año anterior, por otro lado, tras la visita de comprobación de subsanación de deficiencias el porcentaje inicial del 73,6% se redujo considerablemente hasta quedar finalmente en el 13,2%.

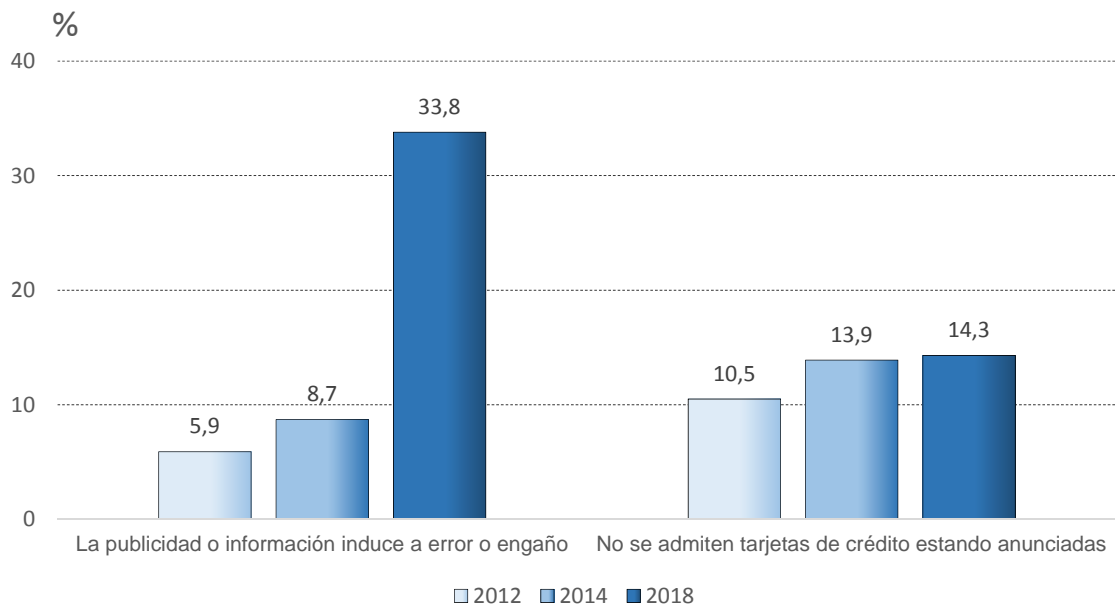
Los resultados más significativos se detallan por módulos a continuación:

INFORMACIÓN, PUBLICIDAD Y PRECIOS

En este módulo las infracciones detectadas son:

- Se exhibe publicidad que puede inducir a error al consumidor en el 33,8% de los establecimientos.
- No se admiten tarjetas de crédito estando anunciadas en el 14,3% de los casos.

Los datos comparados de las últimas campañas son:



Como se observa en los datos en esta última campaña se aprecia un aumento en el porcentaje de irregularidades, que está en concordancia con el aumento registrado en el índice general.

EXHIBICIÓN DE PRECIOS

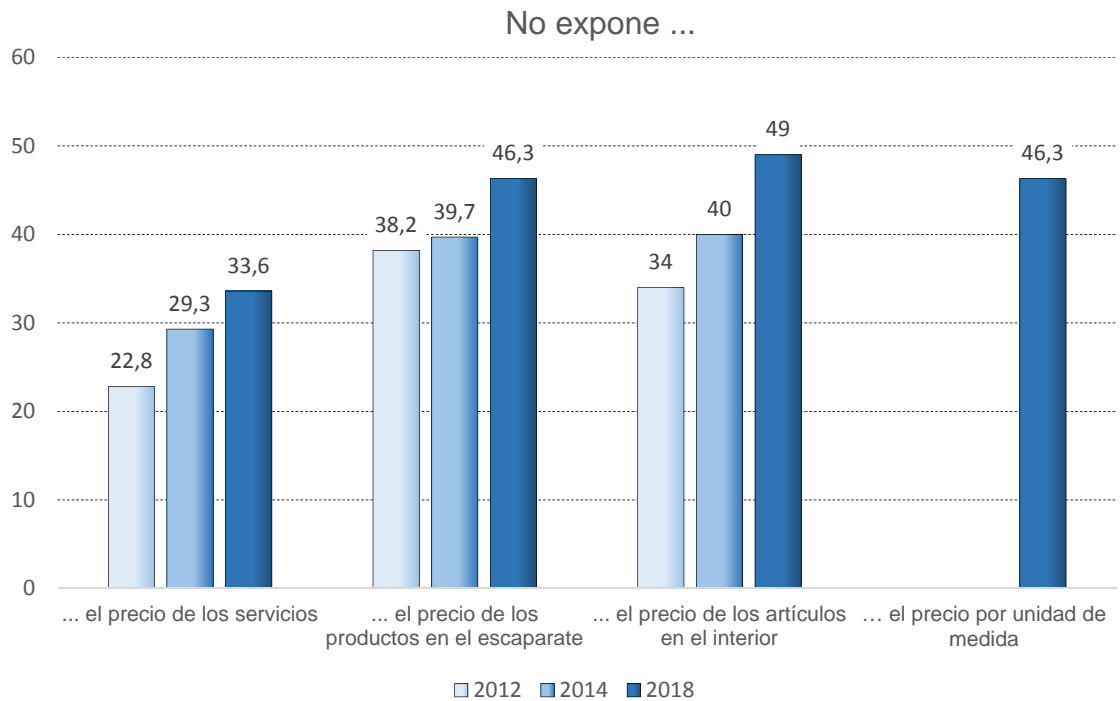
En el 33,6% de los establecimientos no se exponen el precio de la totalidad de los servicios que prestan.

En un 67,6% de los establecimientos visitados existía además venta de productos cosméticos.

En este caso las deficiencias detectadas en la exhibición del precio de dichos artículos son:

- En el 46,3% de los casos no se exhibía el precio de los artículos expuestos en el escaparate cuando se daba esta circunstancia.
- En el 49% de los casos no se exhibía el precio de los artículos expuestos en el interior.
- Cuando el artículo en cuestión debe llevar el precio por unidad de medida ocurría que en el 46,3% de los establecimientos donde se daba esta circunstancia no se exhibía dicho precio.

Los datos de los incumplimientos de las últimas campañas son:

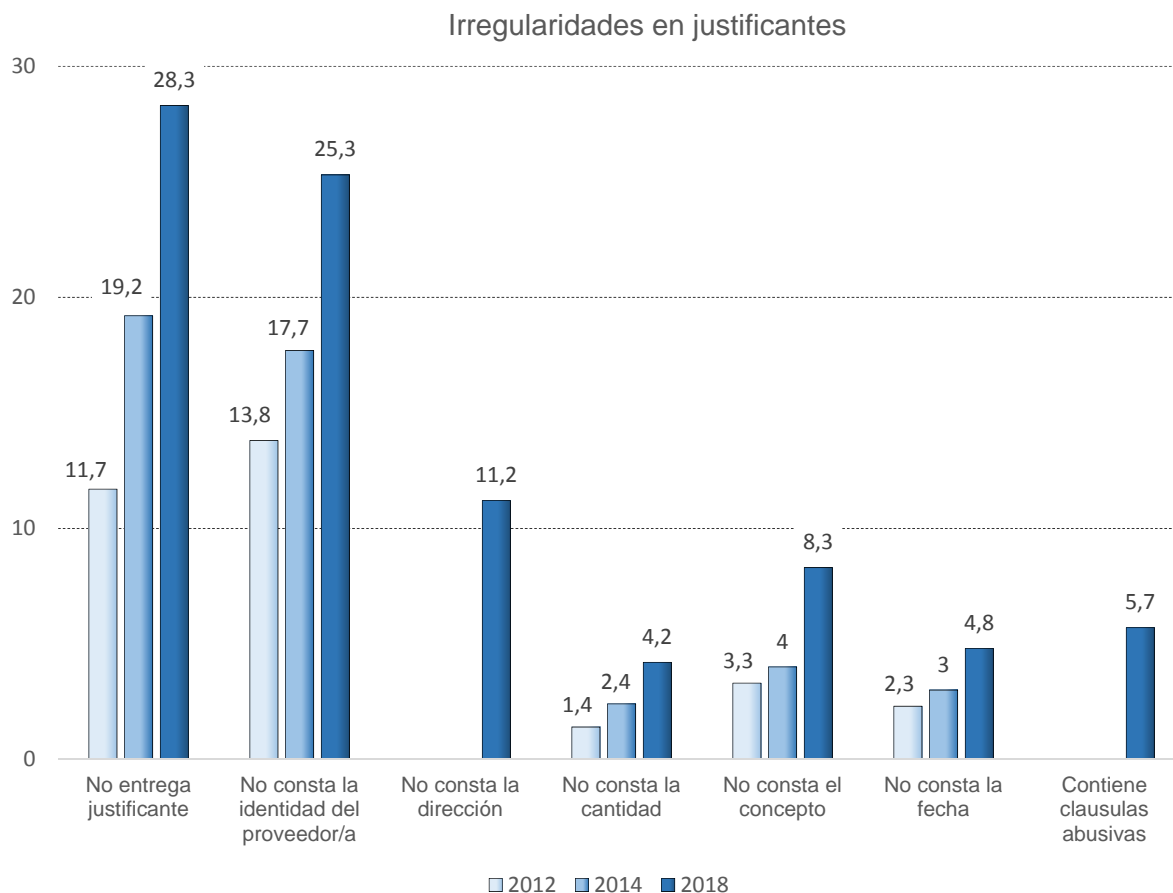


DOCUMENTACIÓN JUSTIFICATIVA DEL CONTRATO

Las infracciones más significativas detectadas en este apartado son:

- En el 28,3% de los casos no se entrega justificante
- En el 25,3% de los justificantes le falta los datos que identifican al/a la proveedor/a.
- En el 11,2% de los justificantes faltan la dirección del/de la proveedor/a.
- El 5,7% de los justificantes contiene cláusulas que no respetan los derechos de las personas consumidoras.

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



HOJAS DE RECLAMACIONES

- En el 20,1% de los casos no disponen de hojas de reclamaciones a disposición del público.
- En el 19,3% de los casos no se anunciaba la existencias de las hojas de reclamaciones.

Los datos comparados son:

