

EVALUACIÓN DE LA CAMPAÑA DE CONTROL DE VENTA AMBULANTE AUTORIZADA 2018

INTRODUCCIÓN

Esta campaña se desarrolla con carácter de continuidad y es complementaria a la campaña de control general de establecimientos comerciales, compartiendo los objetivos de verificar el cumplimiento de la normativa de consumo en los establecimientos, en este caso puestos de venta ambulante cubriéndose de esta forma el control de la totalidad de establecimientos comerciales de 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 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 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 de Venta Ambulante Autorizada ha sido efectuada durante todo el año 2018 por Inspectoras/es Técnicos de Calidad y Consumo de los Distritos de Madrid en establecimientos ubicados en el término municipal.

Se han realizado un total de 638 inspecciones, de las cuales 504 han sido en primera visita y 134 han sido visitas de comprobación.

De los 504 puestos controlados se han registrado irregularidades en 148 el 29,4% de los mismos.

Tras realizar las visitas de comprobación se ha verificado que sólo 25 puestos mantenían las irregularidades, lo que supone que en la mayoría de los casos se ha corregido la irregularidad detectada, manteniéndose un porcentaje de irregularidades del 5,0% final.

RESULTADOS

INSPECCIONES TOTALES (1º Y 2ª VISITA)	638
PUESTOS INSPECCIONADOS	504
PUESTOS CON IRREGULARIDADES	148 (29,4%)
OBSTRUCCIONES O NEGATIVAS	0 (0,0%)

DOCUMENTACIÓN	%SI	%NO
Presenta autorización municipal	96,4	3,6
La autorización se exhibe en lugar perfectamente visible	97,3	2,7
Presentan carnet profesional	92,5	7,5
Acreditación de la procedencia de la mercancía	92,2	7,8
DERECHOS DE LAS/OS CONSUMIDORAS/ES		
Los carteles y la información que exhiben no inducen a error a las/os consumidoras/es	89,9	10,1
Los carteles y la información que exhiben respetan los derechos de las/os consumidoras/es	99,5	0,5
PRECIOS		
Se exhiben los precios de venta de los artículos expuestos	88,9	11,1
Se indica el precio por unidad de medida (n=237)	95,6	4,4
Los PVP de los artículos incluyen el IVA	99,3	0,7
Adecuada exposición de precios (caracteres claros, etiquetas fijas, etc.)	98,7	1,3
DOCUMENTO JUSTIFICATIVO DE COMPRA		
Se entrega factura o recibo acreditativo del pago efectuado	83,4	16,6
Consta en los documentos anteriores:		
-la identidad personal o social y fiscal de proveedor/a	95,9	4,1
-la cantidad abonada	99,5	0,5
-el concepto	99,0	1,0
-la fecha	99,5	0,5
Ausencia de cláusulas abusivas en los documentos anteriores u otros	99,2	0,8
HOJAS DE RECLAMACIONES		
Tienen a disposición de las/os consumidoras/es hojas de reclamaciones	90,5	9,5
Anuncia mediante cartel ajustado al modelo oficial la existencia de las hojas de reclamaciones de modo permanente y perfectamente visible al público	91,1	8,9

PRODUCTOS CONTROLADOS

704

PRODUCTOS CON IRREGULARIDADES

50 (7,1%)

ETIQUETADO PRODUCTO INDUSTRIAL (n=109)	%SI	%NO
Existe etiquetado	93,1	6,9
En el etiquetado figura:		
-Nombre o denominación comercial del producto	95,8	4,2
-nombre o razón social de la persona fabricante, envasadora o vendedora establecida en la U.E.	95,4	4,6
-domicilio de la persona fabricante, envasador o vendedor	95,4	4,6
-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	94,2	5,8
-plazo recomendado de uso si con el tiempo pierde alguna cualidad	89,7	10,3
-contenido neto (unidad de masa o volumen, o nº de unidades)	91,2	8,8
-características esenciales del producto, instrucciones, advertencias, recomendaciones de uso, manejo, instalación o mantenimiento	94,1	5,9
-potencia máxima (si utiliza energía eléctrica para su funcionamiento)	88,2	11,8
-tensión de alimentación (si utiliza energía eléctrica para su funcionamiento)	88,2	11,8
-consumo energético (si utiliza energía eléctrica para su funcionamiento)	89,5	10,5
El etiquetado figura con caracteres visibles, indelebles y legibles	98,1	1,9
El etiquetado figura en castellano	96,3	3,7
El artículo presenta alguna deficiencia en cuanto el etiquetado	11,9	88,1
ETIQUETADO DE ARTÍCULOS TEXTILES (n=472)	%SI	%NO
El artículo textil lleva etiquetado	97,7	2,3
En el etiquetado de incluyen los siguientes datos:		
- nombre o razón social de la persona fabricante, envasadora o vendedora	98,1	1,9
-domicilio de la persona fabricante, comerciante o importadora	97,2	2,8
-composición del artículo textil (no se tiene en cuenta el tejido base)	99,6	0,4
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	93,9	6,1
-las indicaciones o informaciones facultativas tales como símbolos de conservación, "inencogible", "impermeable", "ignífugo", etc. aparecen netamente diferenciadas	98,0	2,0

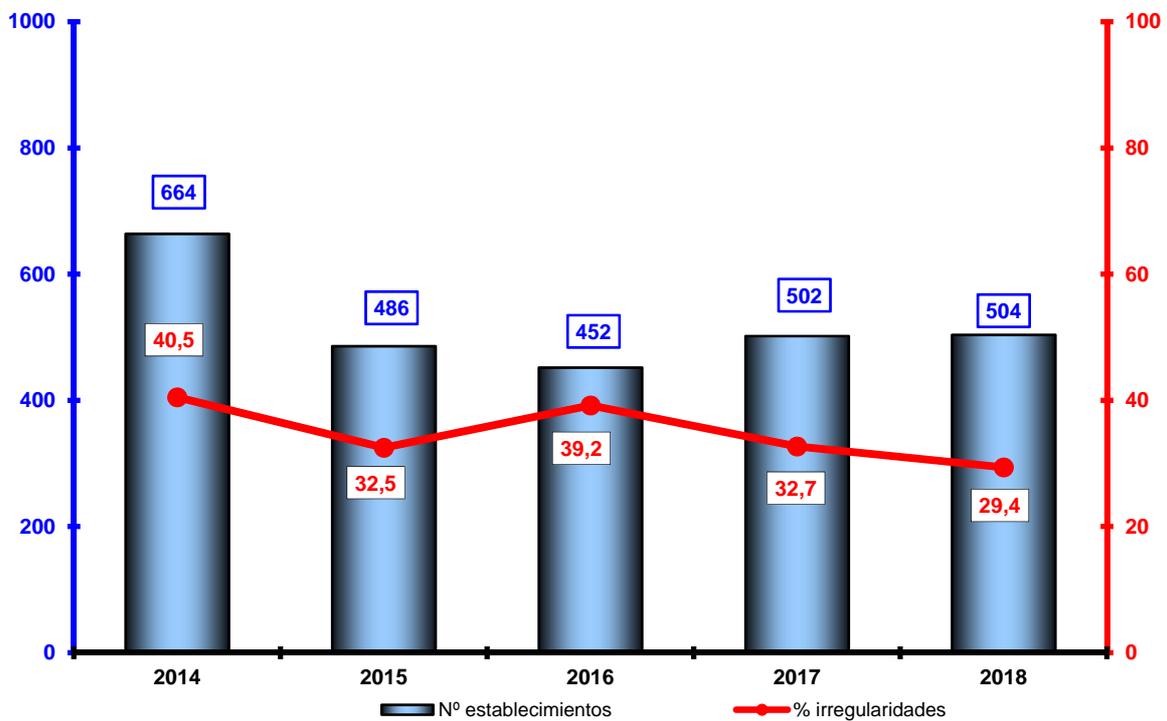
	%SI	%NO
Todas las indicaciones obligatorias aparecen con caracteres claramente visibles y fácilmente legibles por el/la consumidor/a	99,6	0,4
Las inscripciones del etiquetado están al menos en castellano	98,3	1,7
Si las piezas se venden por metros, cada pieza contiene su etiquetado en ambos extremos de la misma o bien en su plegador o bastidor	63,3	36,7
El etiquetado es susceptible de crear confusión en el consumidor acerca de la naturaleza, composición y origen de los productos textiles	10,7	89,3
El artículo presenta alguna deficiencia en cuanto al etiquetado	5,1	94,9
ETIQUETADO DE MARROQUINERÍA (n=123)		
El artículo lleva etiquetado	91,8	8,2
En el etiquetado de incluyen los siguientes datos: -nombre o razón social o denominación de las persona fabricante, comerciante, o importadora	98,4	1,6
-composición de las distintas partes que conforman el artículo	98,4	1,6
-referencia que sirva para identificar el artículo	99,2	0,8
El etiquetado figura con caracteres visibles, indelebles y legibles	100,0	0,0
El artículo presenta alguna deficiencia en cuanto al etiquetado	10,6	89,4

ANÁLISIS DE LOS DATOS DE LA CAMPAÑA

PUESTOS DE VENTA

En el año 2018, se visitaron 504 puestos de venta ambulante en primera vuelta, de los cuales 148 (29,4%) presentaba alguna irregularidad en materia de consumo.

Los datos comparados de las últimas campañas son:

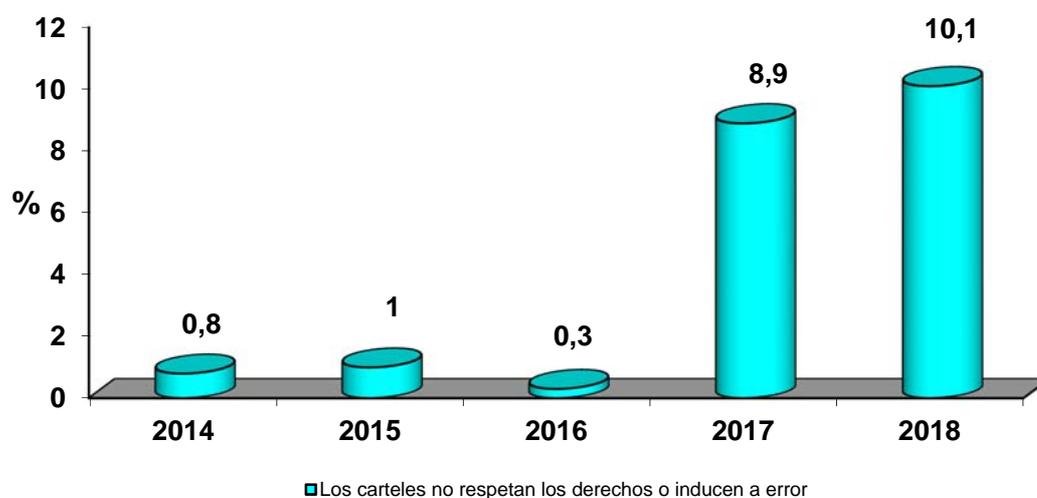


Con posterioridad se llevaron a cabo 134 inspecciones en segunda vuelta, con objeto de comprobar si se había subsanado las deficiencias encontradas en la primera vuelta, lo que hacen un total de 638 inspecciones, en esta segunda vuelta persistían irregularidades en 25 puestos inspeccionados.

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

DERECHOS DE LAS/OS CONSUMIDORAS/ES

Los carteles y la información que exhiben inducen a error a las personas consumidoras en el 10,1% de los puestos ambulantes inspeccionados y no respetan sus derechos en el 0,5%.



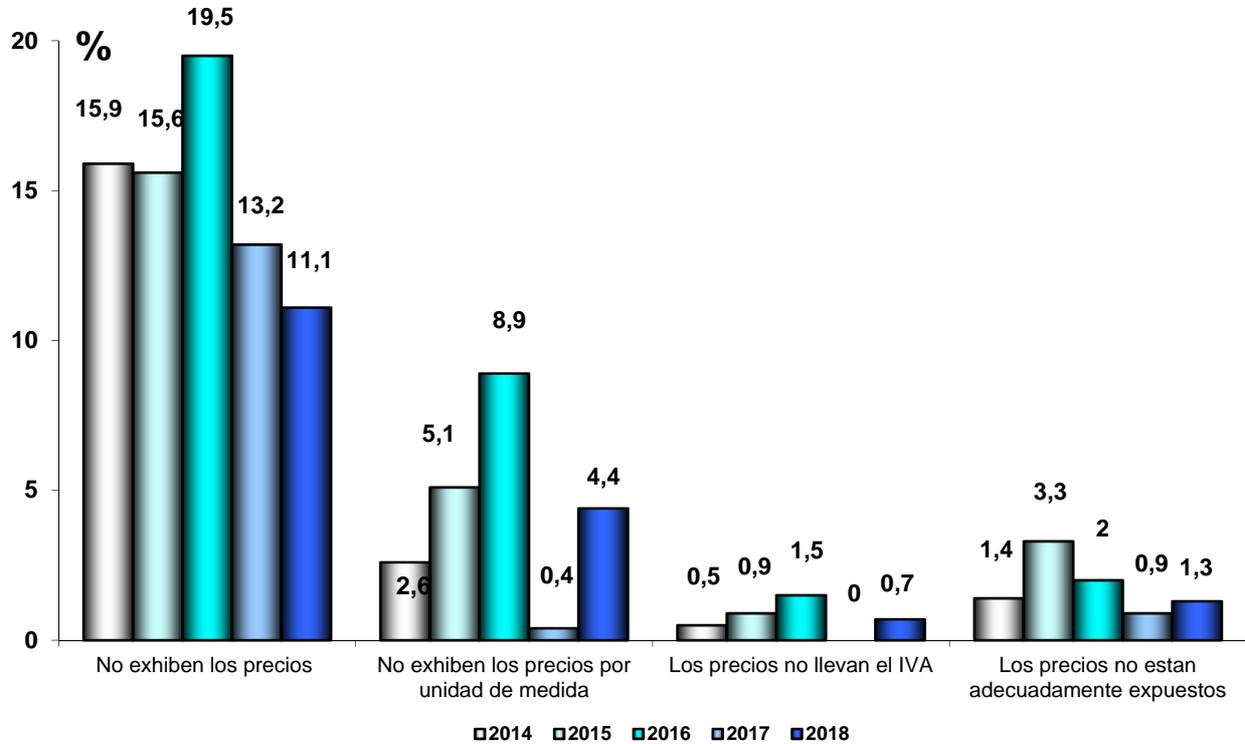
En esta última campaña se mantiene el nivel de la anterior, lo que supone un notable incremento con las tres campañas precedentes de los años 2014, 2015 y 2016.

PRECIOS

En este apartado las principales irregularidades detectadas han sido:

- No se exhibe los precios de los artículos en el 11,1% de los casos mejorando ligeramente el 13,2% del 2017.
- El precio por unidad de medida no se exhibe en el 4,4% de los casos en que es aplicable.
- Los precios no están adecuadamente expuestos en el 1,3%.

Los datos anteriores comparados son:



En este apartado, el dato de la exhibición de precios es el único que disminuye con respecto a la campaña anterior, en el resto de los casos se observan ligeros incrementos salvo en el caso de los precios por unidad de medida.

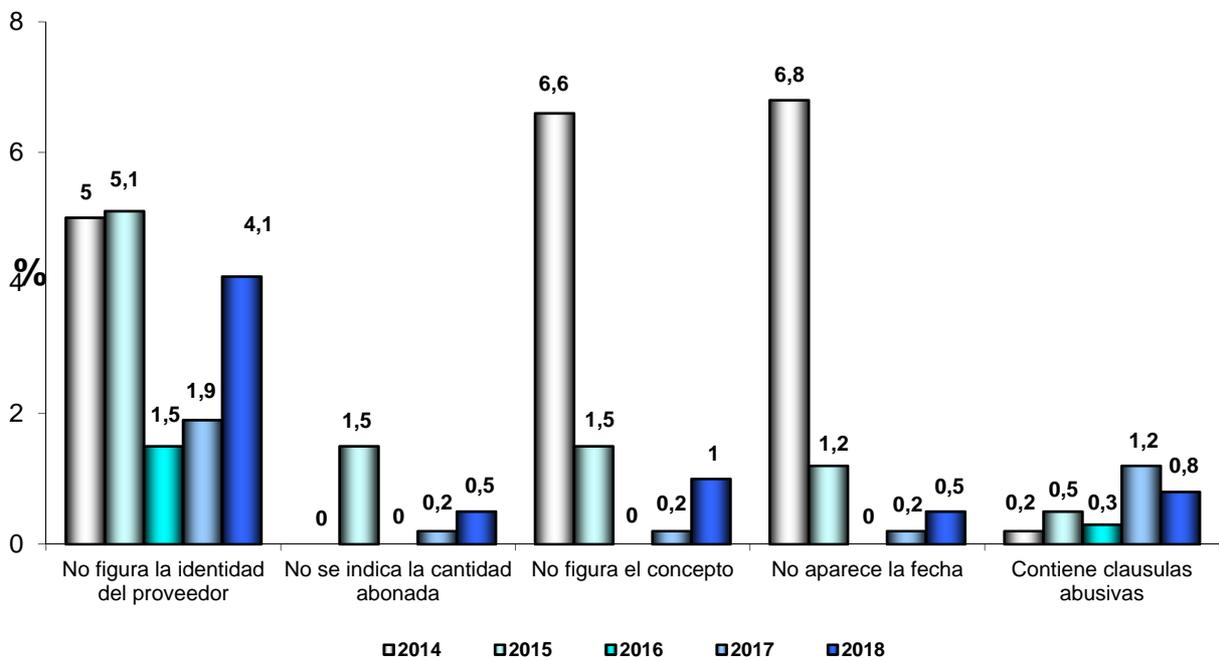
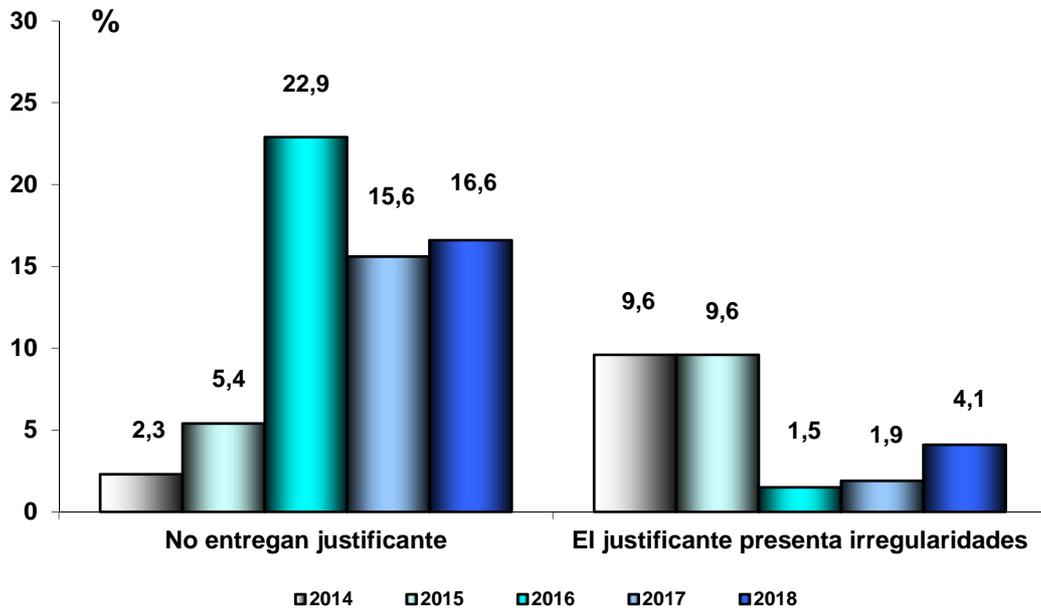
DOCUMENTO JUSTIFICATIVO DE COMPRA

No se entrega documento justificante de la compra efectuada en el 16,6% de los puestos inspeccionados.

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

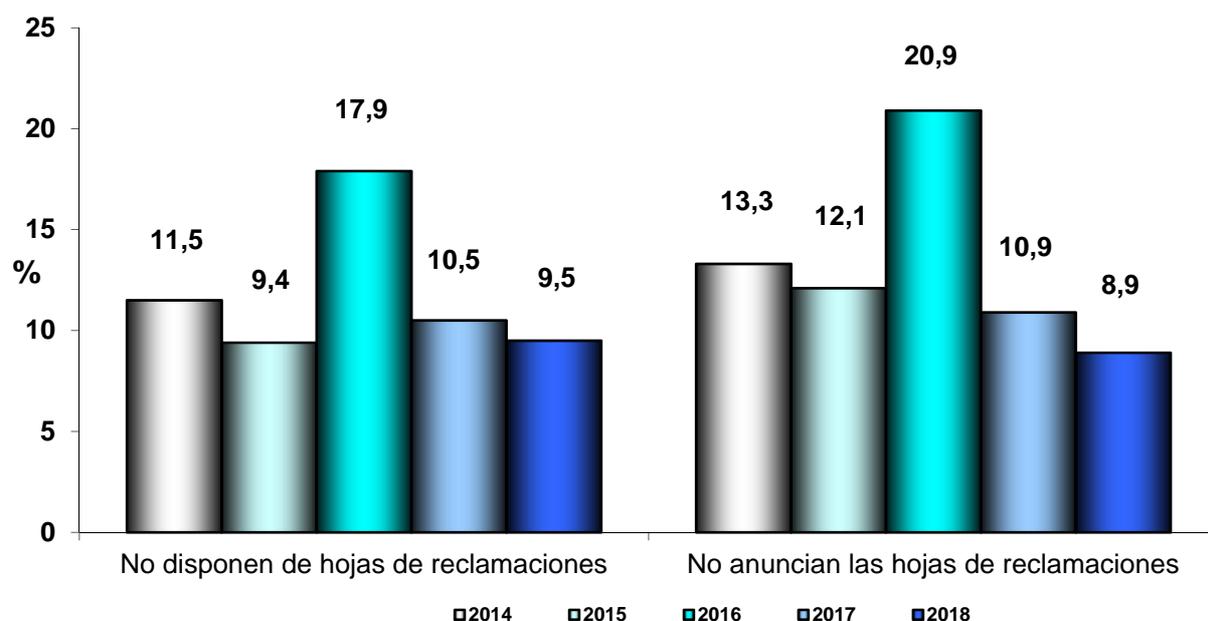
- En el 4,1% no figura la identidad personal o social y fiscal del/de la proveedor/a.
- En el 1,0% falta la identificación del concepto por el que se satisface la cantidad abonada.
- En el 0,8% se han encontrado cláusulas que no respetan los derechos de las/os consumidoras/es.
- En el 0,5% faltan los datos de la cantidad abonada y la fecha.

Los datos comparativos son:



HOJAS DE RECLAMACIONES

El 9,5% de los puestos no disponen de hojas de reclamaciones, y el 8,9% no las anuncia mediante cartel ajustado al modelo oficial.



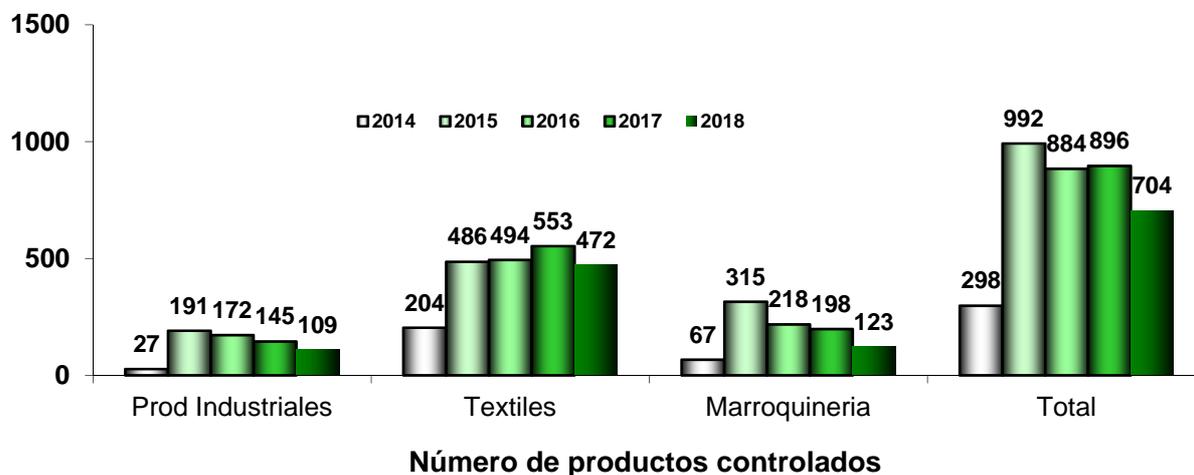
PRODUCTOS

En lo relativo al control del etiquetado de productos durante la campaña, se han controlado 704 artículos de los cuales 50 presentaban irregularidades, lo que supone en términos generales el 7,1%.

Particularizando por tipo de productos, se han controlado:

- 109 artículos industriales de los cuales 13 (el 11,9%) presentaban alguna deficiencia.
- 472 artículos textiles de los que 24 (el 5,1%) presentaba alguna deficiencia.
- 123 artículos de marroquinería de los que 13 (el 10,6%) presentaban alguna deficiencia.

Los datos comparados son:



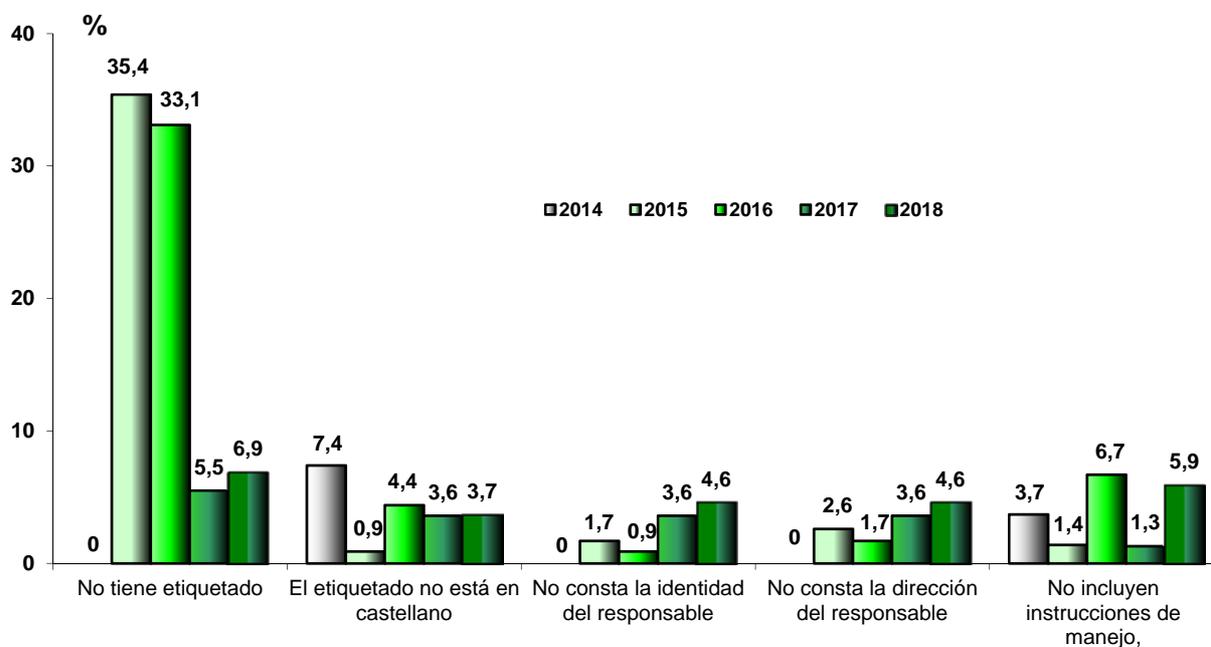
PRODUCTOS INDUSTRIALES

De los 109 artículos controlados a los que les era de aplicación la normativa de etiquetado de productos industriales, 8 no presentaban etiquetado el 6,9%.

Las deficiencias más significativas en estos artículos además de la reseñada son:

- El etiquetado no está en castellano en el 3,7%
- No se identifica al responsable de la puesta en el mercado ni se informa sobre su dirección en el 4,6%.
- No contiene la información sobre las características esenciales del producto, instrucciones de uso, manejo, etc en el 5,9% de los casos.

Los datos comparados con los de las campañas anteriores son:

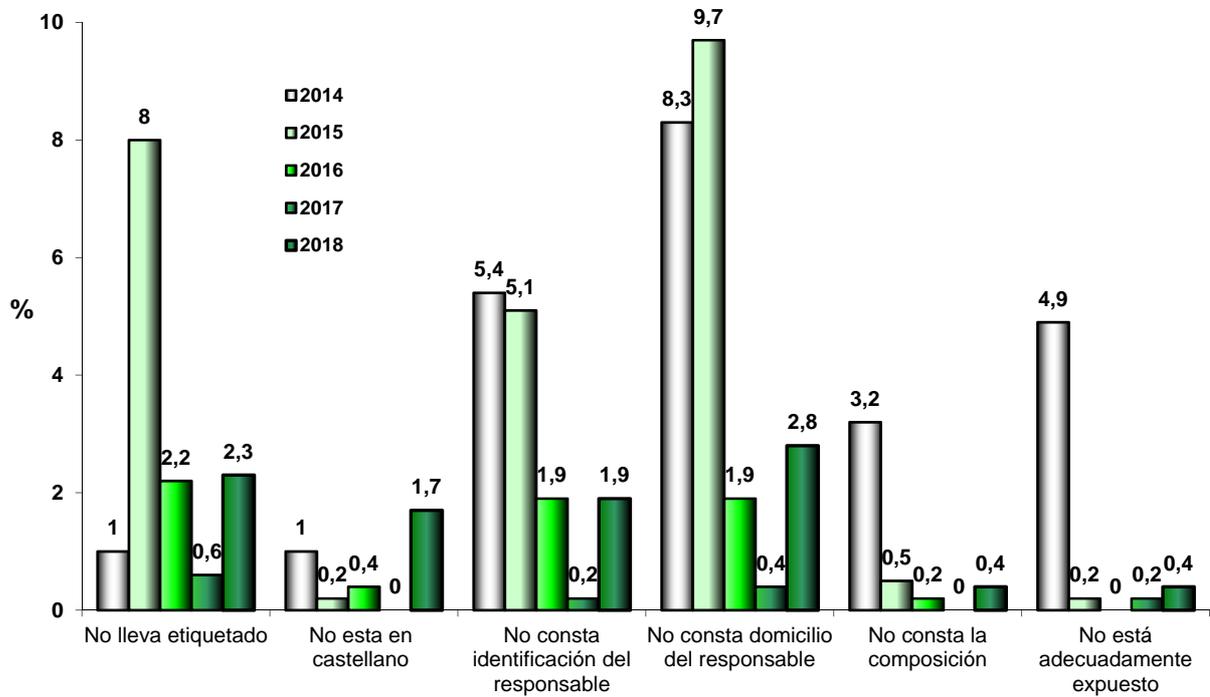


PRODUCTOS TEXTILES

Se han controlado 472 artículos, el 2,3% de los mismos no llevaba etiquetado.

Las irregularidades detectadas más significativas son:

- en el 1,9% de los casos no consta la identificación de la persona responsable de la puesta en el mercado del producto
- en el 2,8% de los casos no consta el domicilio de la persona responsable anterior.
- en el 0,4% de los artículos textiles, el etiquetado no está adecuadamente expuesto.



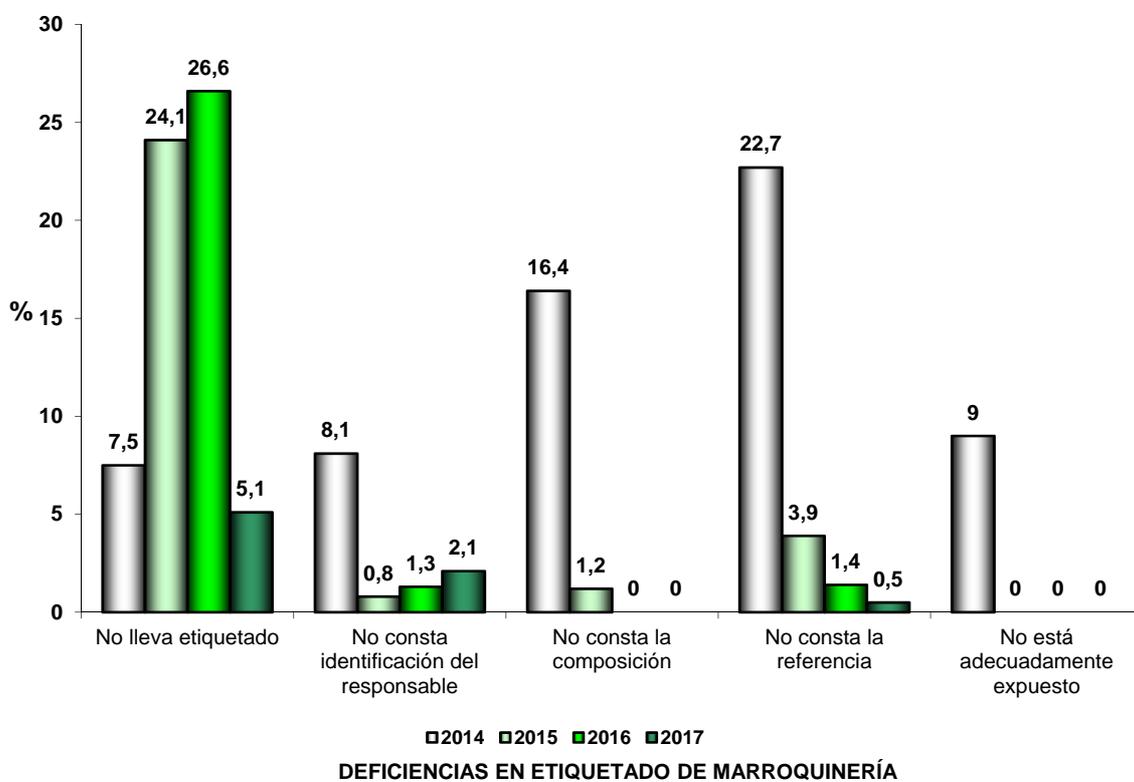
DEFICIENCIAS EN ETIQUETADO TEXTIL

MARROQUINERIA

Se han controlado 123 artículos, de los cuales el 8,2% de los mismos no llevaba etiquetado.

Las irregularidades detectadas más significativas son:

- en el 1,6% de los artículos no se indica la identificación de la persona responsable de la puesta en el mercado del producto
- en el 0,8% de los casos no contiene una referencia que sirva para identificar el artículo;



En esta ocasión el nivel general del índice de infracciones disminuye únicamente en los puestos de venta, aumentando por otro lado en las deficiencias de etiquetado de los productos que se ofertan en los mismos.