

EVALUACIÓN DE LA CAMPAÑA DE INSPECCIÓN Y CONTROL DE GIMNASIOS 2018

INTRODUCCIÓN

Como se indicó en el protocolo, la campaña de control de gimnasios del año 2018 tenía como antecedentes, las realizadas en los años 2006, 2010 y 2014. La realización de la misma se fundamentaba en el alto porcentaje de incumplimientos de anteriores ediciones, esta circunstancia se ha mantenido también en esta ocasión por lo que resulta necesario mantener la vigilancia sobre esta actividad.

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

- Ley 17/1997, de 4 de julio de Espectáculos Públicos y Actividades Recreativas.
- Ley 10/1990, de 15 de octubre, del Deporte.
- Ley 6/2016, de 24 de noviembre, por la que se ordena el ejercicio de las profesiones del deporte en la Comunidad de Madrid.
- Decreto 184/1998, de 22 de octubre, que aprueba el Catálogo de Espectáculos Públicos, Actividades Recreativas, Establecimientos. Locales e Instalaciones.
- Orden 434/1999, de 12 de marzo, por el que se aprueba el modelo de cartel

identificativo de los locales y recintos de espectáculos públicos y actividades recreativas, así como de otros establecimientos abiertos al público.

EJECUCIÓN DE LA CAMPAÑA

Esta campaña ha sido efectuada desde el 1 de febrero 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 353 inspecciones a 200 gimnasios, de las 353 inspecciones 153 corresponden a inspecciones de comprobación.

En los 200 gimnasios controlados se han registrado irregularidades en 183 el 91,5% de los mismos.

RESULTADOS

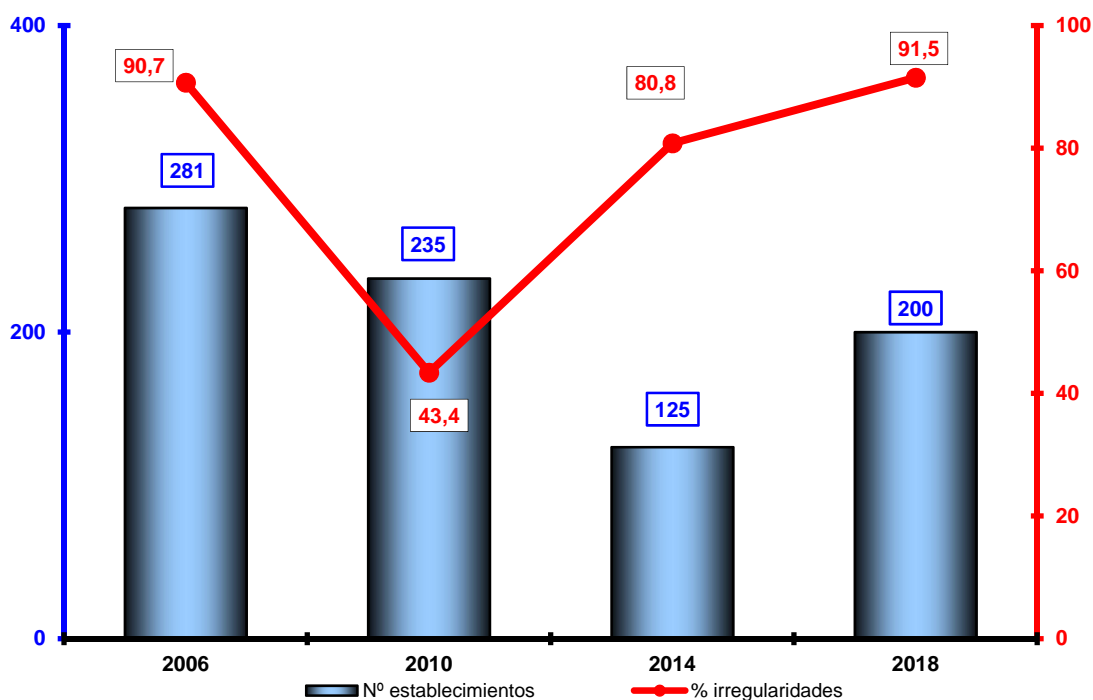
INSPECCIONES TOTALES (1ª y 2ª vuelta)	353
ESTABLECIMIENTOS INSPECCIONADOS (1ª visita)	200
ESTABLECIMIENTOS CON IRREGULARIDADES	183 (91,5%)

DOCUMENTACIÓN	%SI	%NO
Exhibe en lugar visible el cartel con el NDP del establecimiento	87,0	13,0
Dispone de documento acreditativo que autorice el ejercicio de la actividad	79,5	20,5
Se exhibe en el exterior del local el cartel identificativo	38,2	61,8
Tiene suscrito el contrato de seguro de responsabilidad civil	73,3	26,7
INFORMACIÓN, PUBLICIDAD Y PRECIOS	%SI	%NO
La publicidad y la información exhibida no inducen a error o engaño a la persona consumidora	71,7	28,3
Facilitan la información precontractual obligatoria en su caso	70,6	29,4
Se exponen al público los derechos indicados en el artículo 3.1 de la ley 6/2016	23,7	76,3
Ofrece información en lugar visible sobre los datos técnicos y el equipamiento del gimnasio	22,5	77,5
Ofrece información en lugar visible sobre los nombres y titulación respectiva de las personas que presten servicios profesionales en el gimnasio	28,3	71,7
Se exponen al público los precios de cada uno de los servicios que prestan	66,3	33,7
Se admiten tarjetas de crédito o débito estando anunciadas	97,9	2,1
VENTA DE PRODUCTOS	%SI	%NO
En el establecimiento se realiza venta de productos	55,0	45,0
Se exhibe el precio de los artículos que se venden en el establecimiento	75,3	24,7
Presentan documentación de origen de artículos mal etiquetados	73,9	26,1
VENTA DE PRODUCTOS TEXTILES	%SI	%NO
En el establecimiento se venden productos textiles	30,2	69,8
Tienen etiquetado	95,9	4,1
El etiquetado está en castellano	93,6	6,4
El etiquetado está completo	80,9	19,1
VENTA DE PRODUCTOS INDUSTRIALES	%SI	%NO
En el establecimiento se venden productos industriales	16,1	83,9
Tienen etiquetado	81,5	18,5
El etiquetado está en castellano	83,3	16,7
El etiquetado está completo	82,6	17,4

CONTRATOS	%SI	%NO
Se formalizan contratos	68,5	31,5
Se entrega copia de los contratos firmados	88,1	11,9
Ausencia de cláusulas abusivas en los contratos	20,2	79,8
INFORMACIÓN Y DOCUMENTACIÓN JUSTIFICATIVA DEL CONTRATO	%SI	%NO
Se entrega factura o recibo acreditativo del pago efectuado.	81,1	18,9
Constan en los documentos anteriores:		
-La identidad personal o social y fiscal del proveedor,	83,9	16,1
- la dirección de la persona proveedora	89,3	10,7
- la cantidad abonada	98,7	1,3
- el concepto por el que se satisface	96,0	4,0
- la fecha	98,7	1,3
- en su caso, se informa sobre el derecho de desistimiento, indicando sus plazos, condiciones y posibles limitaciones	82,5	17,5
Ausencia de cláusulas abusivas en los documentos anteriores u otros	84,1	15,9
DERECHO DE ADMISIÓN	%SI	%NO
Se anuncia el ejercicio del derecho de admisión	34,4	65,6
Se anuncian las condiciones para el ejercicio del derecho de admisión.	69,8	30,2
Las condiciones anteriores respetan los fines contemplados en el artículo 24 de la ley 17/1997.	83,0	17,0
HOJAS DE RECLAMACIONES	%SI	%NO
Tienen a disposición de los consumidores hojas o libro de reclamaciones	87,6	12,4
Anuncian la existencia de las hojas o libro de reclamaciones de modo permanente y perfectamente visible al público.	85,0	15,0

ANÁLISIS DE LOS DATOS DE LA CAMPAÑA

Esta campaña se realizó en los años 2006, 2010 y 2014. Los resultados de aquellas campañas se van a comparar con los recogidos en la presente edición:



Los resultados más significativos se detallan por módulos a continuación:

INFORMACIÓN, PUBLICIDAD Y PRECIOS

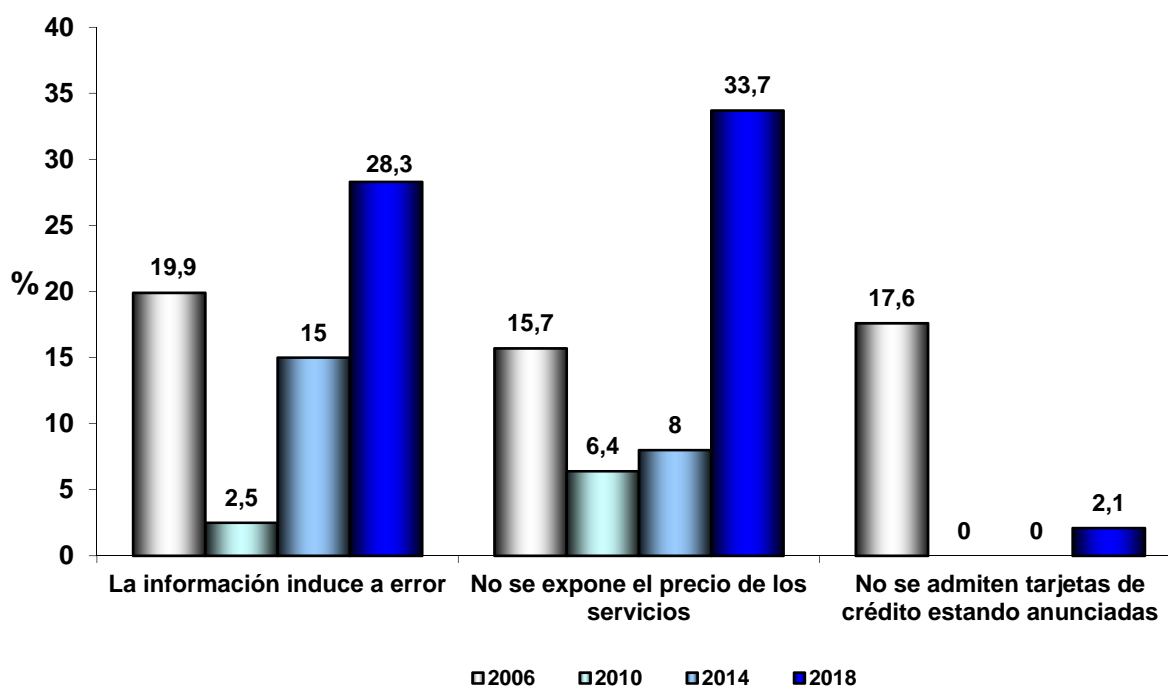
En este módulo las infracciones más significativas son:

- No se expone al público los precios de cada uno de los servicios que prestan en el 33,7% de los casos.
- Se exhibe publicidad que puede inducir a error a la persona consumidora en el 28,3% de los establecimientos.

Por otra parte en este módulo también se ha controlado una serie de información que debe estar disponible a tenor de lo exigido en las leyes del deporte tanto la estatal como la de la Comunidad de Madrid, los datos obtenidos son:

- No se exhiben al público los derechos como usuarios/as y deportistas recogidos en la ley 6/2016 en el 76,3% de los casos.
- No se ofrece al público información sobre los datos técnicos y el equipamiento del gimnasio 77,5% de los casos.
- No se ofrece información sobre los nombres y titulación de las personas que prestan servicios en el gimnasio en el 71,7% de los casos.

Los datos comparados de las últimas campañas son:

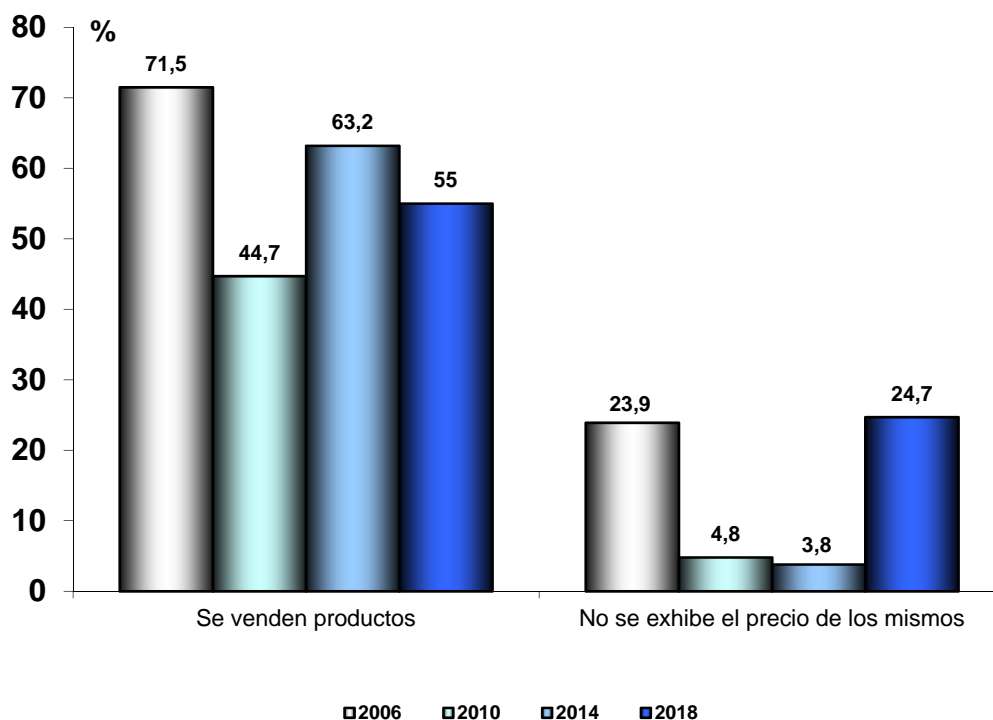


Como se observa en los datos en esta última campaña se aprecia un aumento en el porcentaje de irregularidades, que está en concordancia con el aumento registrado en el índice general.

VENTA DE PRODUCTOS

En el 55% de los gimnasios visitados existía venta de productos. En este caso no se exhibía el precio de los productos en el 24,7% de los mismos.

Los datos comparados de las últimas campañas son:



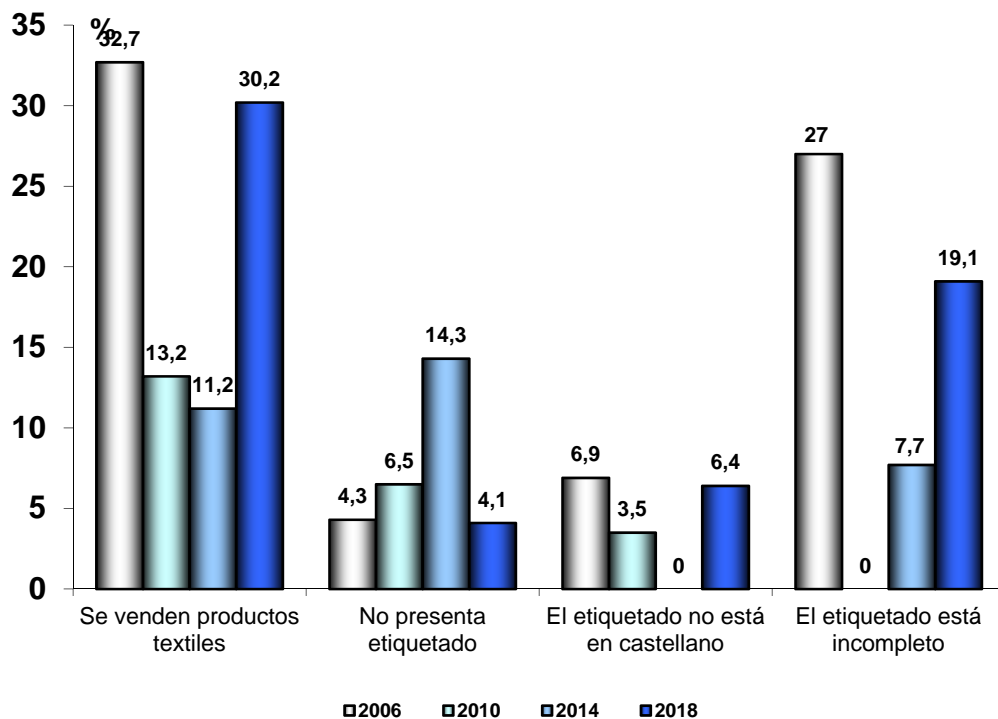
VENTA DE PRODUCTOS TEXTILES

En el 30,2% de los gimnasios visitados existía venta de productos textiles.

En este caso las deficiencias detectadas en el etiquetado de dichos productos son:

- En el 4,1% de los gimnasios existen productos textiles sin etiquetado.
- En el 6,4% de los gimnasios existen productos textiles cuyo etiquetado no estaba en castellano.
- En el 19,1% de los gimnasios existen productos textiles cuyo etiquetado está incompleto por faltarle alguna de las informaciones preceptivas.

Los datos de los incumplimientos de las últimas campañas son:



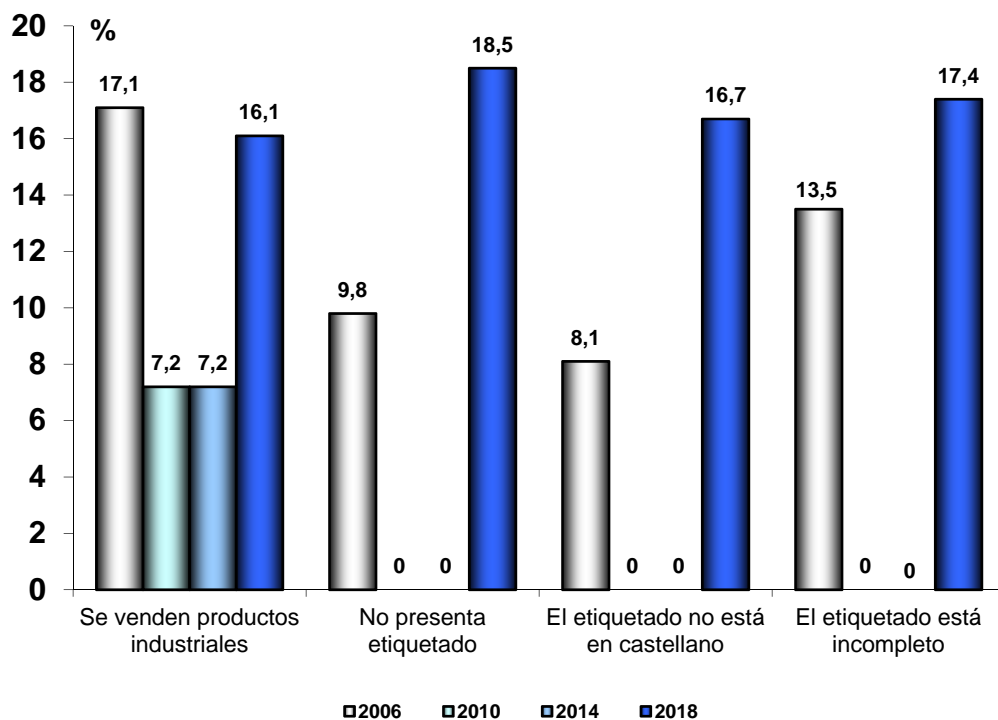
VENTA DE PRODUCTOS INDUSTRIALES

En el 16,1% de los gimnasios visitados existía venta de productos industriales.

Las deficiencias detectadas en el etiquetado de los productos industriales controlados han sido:

- En el 18,5% de los gimnasios existen productos industriales sin etiquetado.
- En el 16,7% de los gimnasios existen productos industriales cuyo etiquetado no estaba en castellano.
- En el 17,4% de los gimnasios existen productos industriales cuyo etiquetado está incompleto por faltarle alguna de las informaciones preceptivas.

Los datos de los incumplimientos en el etiquetado de los productos industriales en las últimas campañas son:

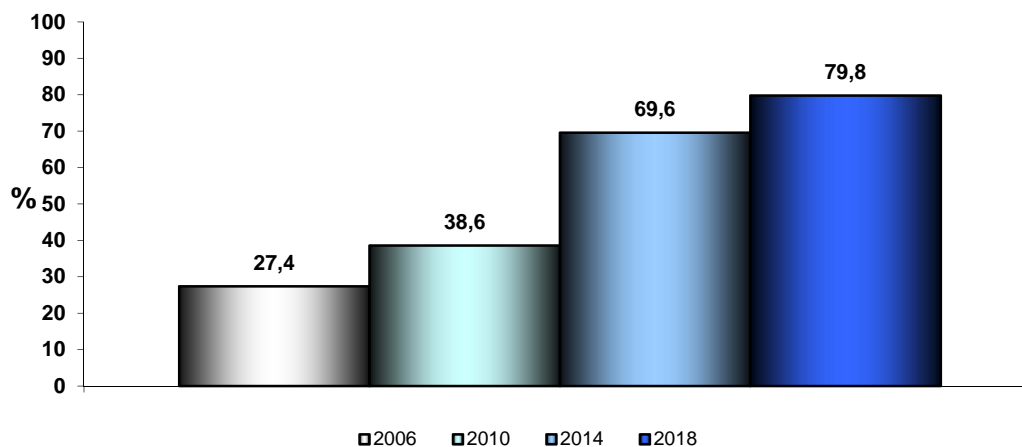


CONTRATOS

La deficiencia más importante detectada en este apartado ha sido la inclusión de cláusulas abusivas en los contratos, hecho que se dio en el 79,8% de los casos controlados, lo cual supone un incremento con respecto a las campañas anteriores.

El dato de la deficiencia puesto en comparación, quedaría

Irregularidades en los contratos

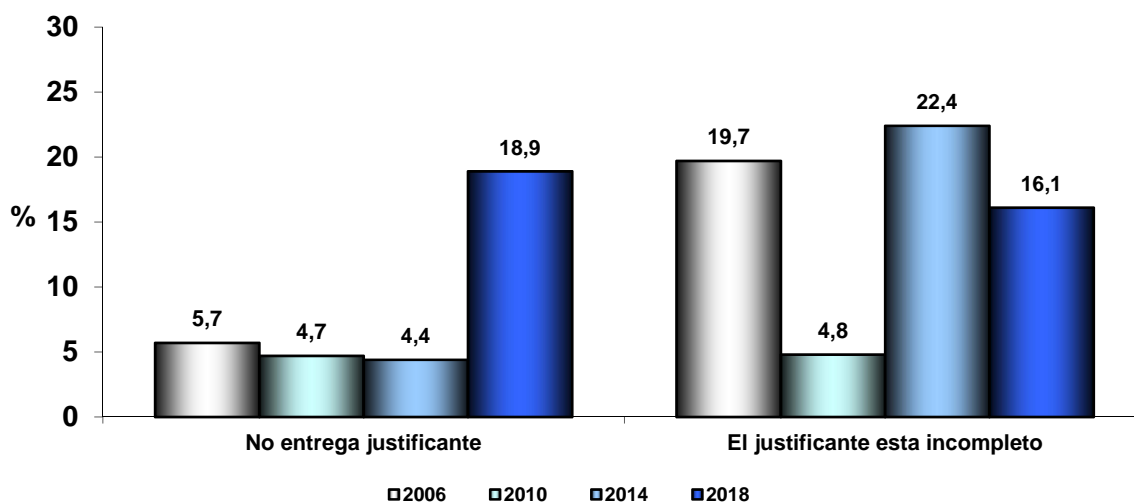


INFORMACIÓN Y DOCUMENTACIÓN JUSTIFICATIVA DEL CONTRATO

Las infracciones más significativas detectadas en este apartado son:

- En el 18,9% de los casos no se entrega justificante de pago.
- En el 16,1% de los justificantes está incompleto ya que le falta los datos del/de la proveedor/a.
- El 15,9% de los justificantes contiene cláusulas que no respetan los derechos de las/os consumidoras/es.

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



DERECHO DE ADMISIÓN

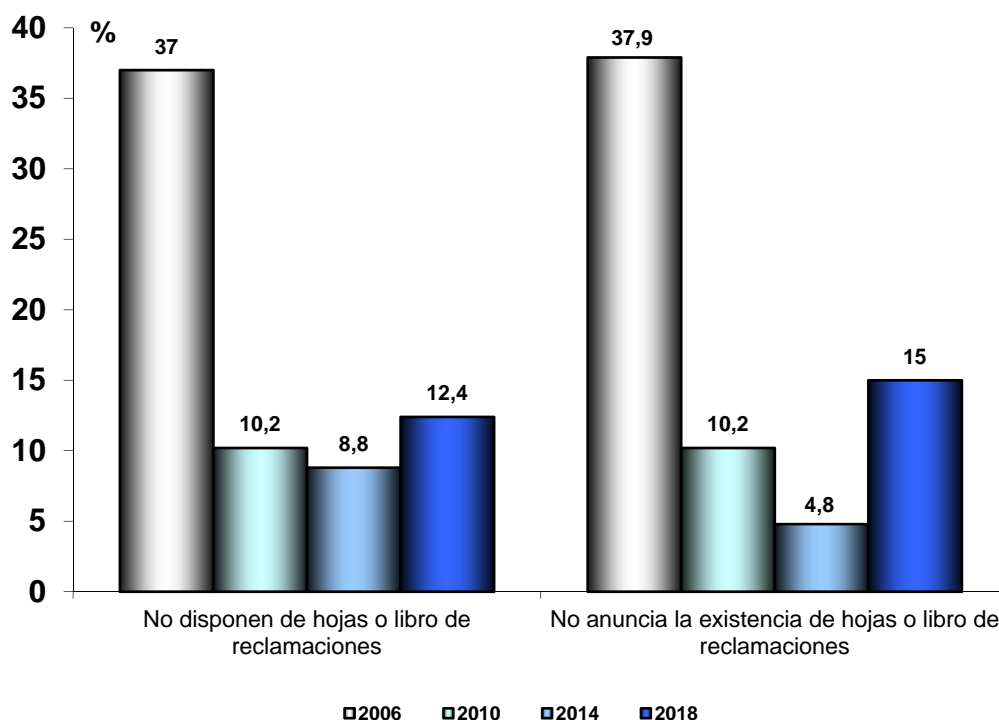
En esta ocasión y a diferencia de anteriores ediciones, se ha controlado lo relativo al derecho de admisión, así se ha podido comprobar que en el 34,4% de los gimnasios visitados se anunciaba el ejercicio del derecho de admisión. En aquellos gimnasios que se producía dicho anuncio se han detectado las siguientes irregularidades con respecto al mismo:

- En el 30,2% de los casos no se anunciaban las condiciones para el ejercicio de dicho derecho de admisión
- En el 17% de los casos en que se anunciaban las condiciones, las mismas no respetaban los fines contemplados en el artículo 24 de la ley 17/1997.

HOJAS DE RECLAMACIONES

- En el 12,4% de los casos no disponen de hojas de reclamaciones o libro de reclamaciones a disposición del público.
- En el 15% de los casos no se anunciaba la existencia de las hojas de reclamaciones o del libro.

Los datos comparados son:



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 91,5% se redujo al 49%, a pesar de todo el porcentaje sigue siendo alto después del periodo de subsanación por lo que la campaña se repetirá en el año 2019.