

# **EVALUACIÓN DE LA CAMPAÑA DE INSPECCIÓN Y CONTROL DE JOYERÍAS 2018**

## **INTRODUCCIÓN**

Esta campaña es continuación de la del año anterior, en la que el elevado índice final de infracciones hizo conveniente repetirla, con objeto de seguir su evolución.

En esta ocasión se ha añadido un nuevo apartado no contemplado en la campaña anterior, y es el control de los resguardos de depósito cuando se dejan artículos en este tipo de establecimientos con objeto de repararlos o realizar cualesquiera otras operaciones de acondicionamiento.

## **OBJETIVOS**

Los objetivos de la campaña fijados en el protocolo de actuación son:

- La protección del derecho a la información que tienen reconocido por Ley los consumidores en relación con la adquisición de productos de joyería.
- El respeto de los derechos económicos de los consumidores.
- Y en general comprobar que se cumple con lo dispuesto en la normativa vigente, en lo relativo a los requisitos generales en materia de consumo que se deben cumplir en las joyerías.

## **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 ESPECIFICO

- Ley 17/1985, de 1 de julio, sobre objetos fabricados con metales preciosos.
- Real Decreto 197/1988, de 22 de febrero, por el que se aprueba el Reglamento de la Ley de objetos fabricados con metales preciosos.

### **EJECUCIÓN DE LA CAMPAÑA**

La Campaña de Control de Joyerías ha sido efectuada durante el 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 558 inspecciones, de las cuales 335 han sido en primera visita y 223 han sido visitas de comprobación.

En las 335 visitas iniciales 251 presentaban algún tipo de irregularidad en materia de consumo lo que supone el 74,9% en términos relativos.

Tras las 223 inspecciones de comprobación, en el 83,6% de los casos se habían subsanado las deficiencias relativas al establecimiento, por lo que el porcentaje final de irregularidades se quedaba en el 19,4%.

**RESULTADOS**

INSPECCIONES TOTALES (1º Y 2ª VISITA)	558
ESTABLECIMIENTOS INSPECCIONADOS (1ª VISITA)	335
ESTABLECIMIENTOS CON IRREGULARIDADES	251 (74,9%)
OBSTRUCCIONES O NEGATIVAS	0 (0,0%)

<b>DOCUMENTACIÓN</b>	<b>%SI</b>	<b>%NO</b>
Exhibe el cartel con el NDP del establecimiento	83,2	16,8
Dispone de documento acreditativo que autorice el ejercicio de la actividad	68,0	32,0
<b>INFORMACIÓN, PUBLICIDAD Y PRECIOS</b>	<b>%SI</b>	<b>%NO</b>
La publicidad y la información exhibida no inducen a error o engaño al consumidor	74,5	25,5
Facilitan la información precontractual obligatoria en su caso	85,4	14,6
Se admiten tarjetas de crédito o débito estando anunciadas	96,3	3,7
Expone de forma visible el PVP de los productos del escaparate	64,6	35,4
Expone de forma visible el PVP de los productos del interior del establecimiento	66,7	33,3
Si exponen para su venta objetos de oro, se hace constar de forma explícita la ley con las expresiones «oro de primera ley» u «oro de segunda ley» según sea el caso.	61,2	38,8
Dichos artículos llevan el marcado de garantía oficial	92,2	7,8
Concuerdan la ley que se indica en el marcado de garantía oficial con la expresada en las expresiones «oro de primera ley» u «oro de segunda ley» según sea el caso	92,4	7,6
Si exponen para su venta objetos de plata, se hace constar de forma explícita la ley con las expresiones «plata de primera ley» o «plata de segunda ley» según sea el caso.	64,1	35,9
Dichos artículos llevan el marcado de garantía oficial	92,1	7,9
Concuerdan la ley que se indica en el marcado de garantía oficial con la expresada en las expresiones «plata de primera ley» o «plata de segunda ley» según sea el caso	94,7	5,3
Si exponen para su venta objetos de platino, se hace constar de forma explícita la ley con las expresiones «platino de ley» o «platino de XXX milésimas».	14,7	85,3
Dichos artículos llevan el marcado de garantía oficial	42,9	57,1
Concuerdan la ley que se indica en el marcado de garantía oficial con la expresada en las expresiones «platino de ley» o «platino de XXX milésimas»	0,0	100,0

<b>RESGUARDO DE DEPÓSITO</b>	<b>%SI</b>	<b>%NO</b>
Se hace entrega de un resguardo de depósito a los consumidores cuando entregan artículos para su arreglo	93,7	6,3
En el resguardo anterior consta:		
-la identificación completa del establecimiento o del depositario (Nombre, domicilio y teléfono)	88,1	11,9
-la identificación del objeto o mercancía	97,2	2,8
-estado en que se entrega el objeto o mercancía	92,7	7,3
-la operación a realizar o reparación que se solicita	93,6	6,4
-si se solicita o no presupuesto de la reparación	93,3	6,7
-si la confección del presupuesto es gratuita o no	91,9	8,1
-firma de la persona que recepciona la mercancía o sello identificativo del establecimiento	89,2	10,8
-la identificación completa del propietario del artículo (Nombre, domicilio y teléfono)	89,2	10,8
-la fecha	95,6	4,4
<b>INFORMACIÓN Y DOCUMENTACIÓN JUSTIFICATIVA DEL CONTRATO</b>	<b>%SI</b>	<b>%NO</b>
Se entrega factura o recibo acreditativo del pago efectuado	95,7	4,3
Consta en los documentos anteriores:		
-la identidad personal o social y fiscal del proveedor	89,4	10,68
-la dirección del proveedor	97,4	2,6
-la cantidad abonada	99,4	0,6
-el concepto	94,1	5,9
-la fecha	99,4	0,6
-en su caso, se informa sobre el derecho de desistimiento, indicando sus plazos, condiciones y posibles limitaciones	73,0	27,0
Ausencia de cláusulas abusivas o que induzcan a error en los documentos anteriores u otros	86,3	13,7
<b>HOJAS DE RECLAMACIONES</b>	<b>%SI</b>	<b>%NO</b>
Tienen a disposición de los consumidores hojas de reclamaciones	86,4	13,6
Anuncia mediante cartel ajustado al modelo oficial la existencia de las hojas de reclamaciones de modo permanente y perfectamente visible al público	83,6	16,4

## ANÁLISIS DE LOS DATOS DE LA CAMPAÑA

La campaña es continuación de la del año 2017, los datos generales comparados de ambas campañas son los siguientes:

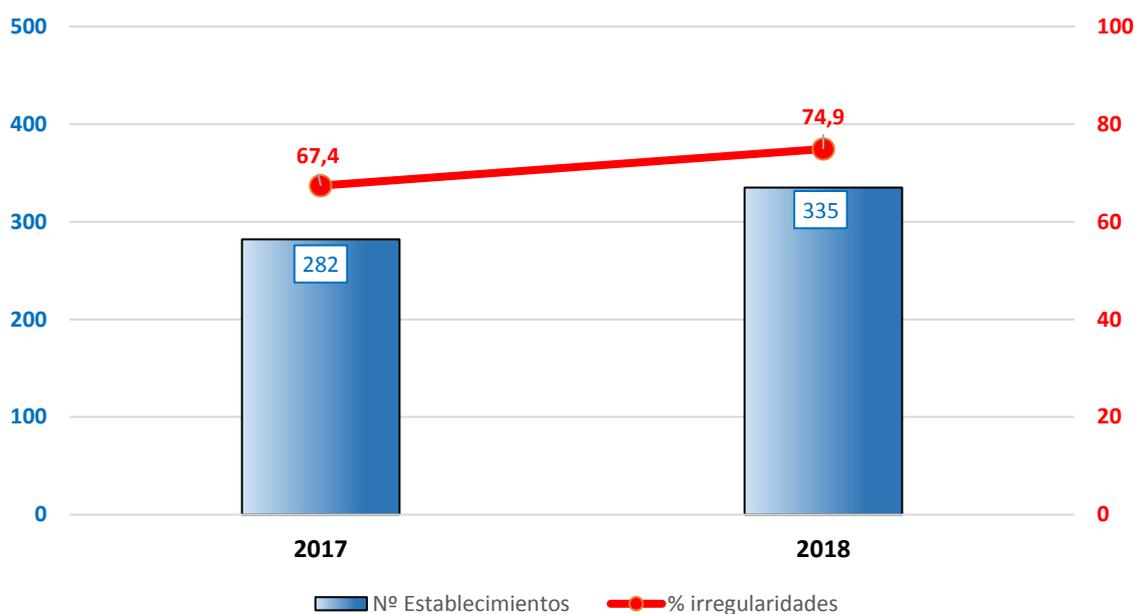


Gráfico del número de establecimientos inspeccionados y porcentaje de infracciones registradas en la primera visita de inspección.

Como se observa en este año 2018 se ha registrado un mayor nivel de irregularidad que en la campaña del año anterior.

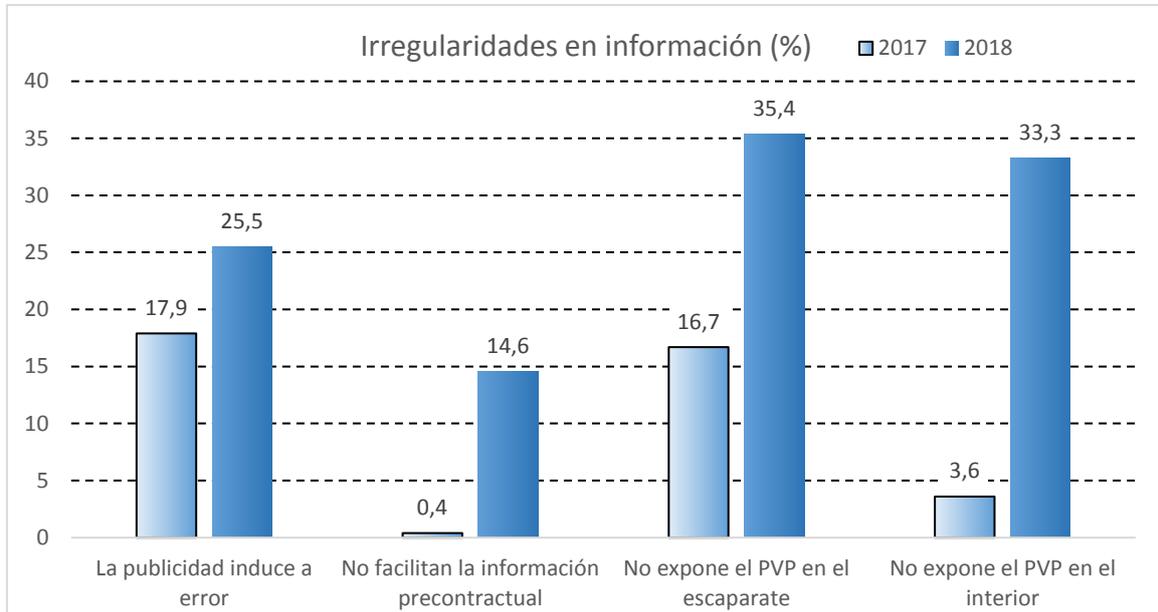
A continuación se van a detallar apartado por apartado los datos más destacables registrados durante la campaña.

### INFORMACIÓN, PUBLICIDAD Y PRECIOS

En este apartado las principales irregularidades han sido:

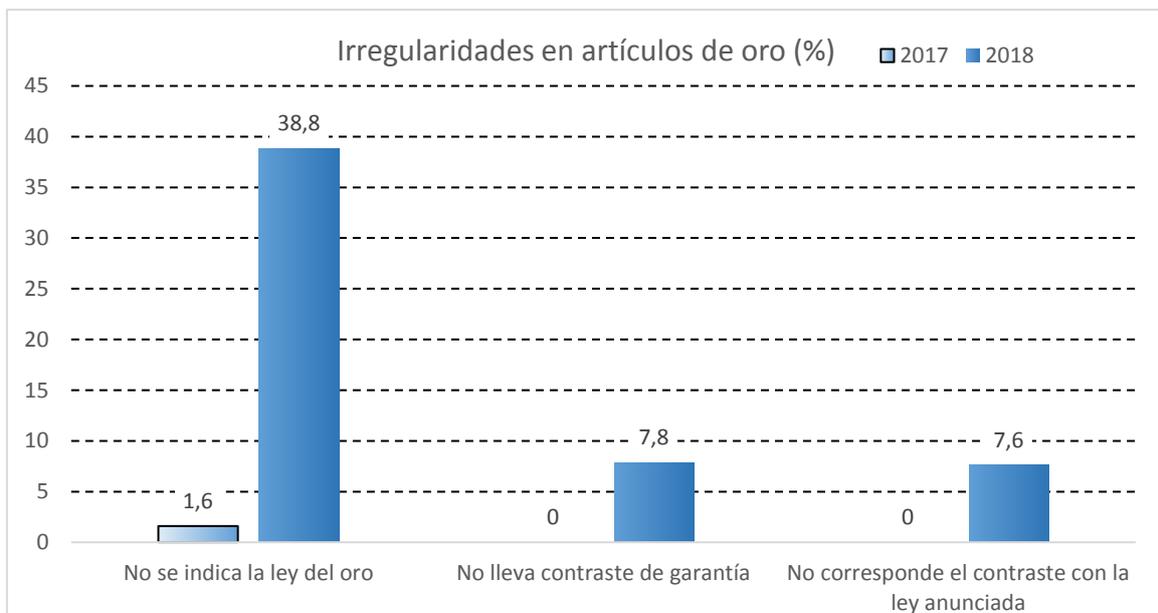
- En el 35,4% de las joyerías que exhiben artículos para su venta en el escaparate, no se indicaba el precio de dichos artículos.
- Cuando el dato se refiere a los artículos expuestos en el interior, el dato mejora ligeramente ya que en el 33,3% de las joyerías no se exhibe el precio.
- En el 25,5% de los establecimientos exhiben publicidad o información que puede inducir a error al consumidor.

Los datos anteriores comparados con los de la campaña anterior:

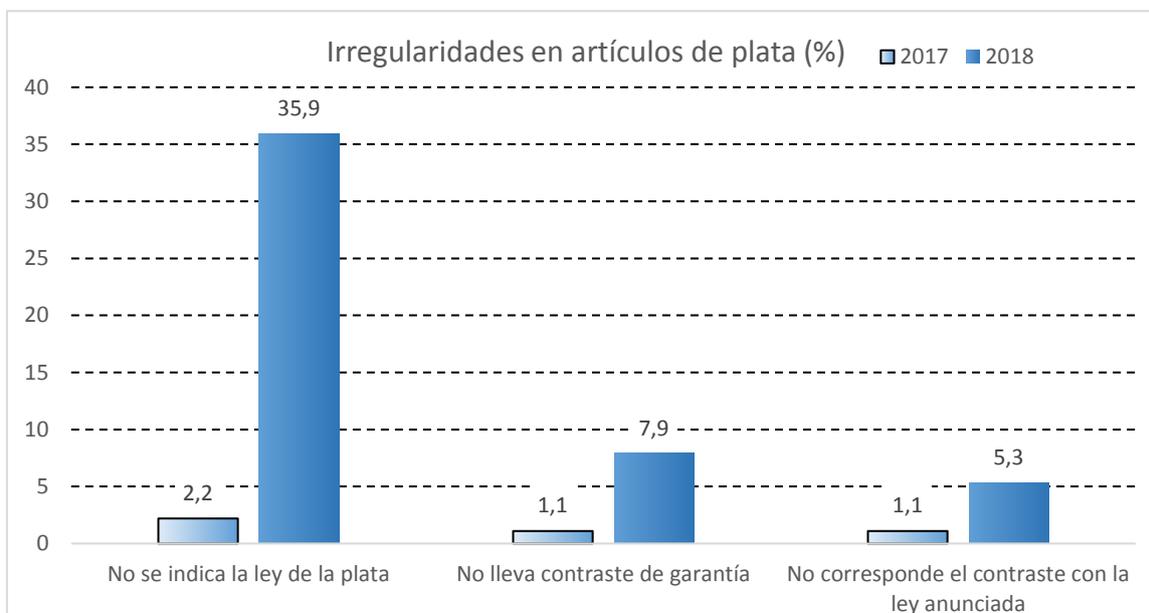


Cuando se anuncia venta de artículos de oro, ha de hacerse constar la ley del mismo, bien sea de primera ley bien sea de segunda ley, esta obligación se incumplió en el 38,8% de las joyerías visitadas.

En el 7,8% de los casos existían artículos de oro que no disponían de marcado de garantía y en un 7,6% no concordaba con la ley anunciada de dichos artículos.



En cuanto a lo relativo a los artículos de plata, cuando se anunciaba venta de artículos de plata no se hacía constar la ley en el 35,9% de los casos, y además en el 7,9% de los casos faltaba el marcado de garantía en dichos artículos y en un 5,3% no coincidía con la ley anunciada.



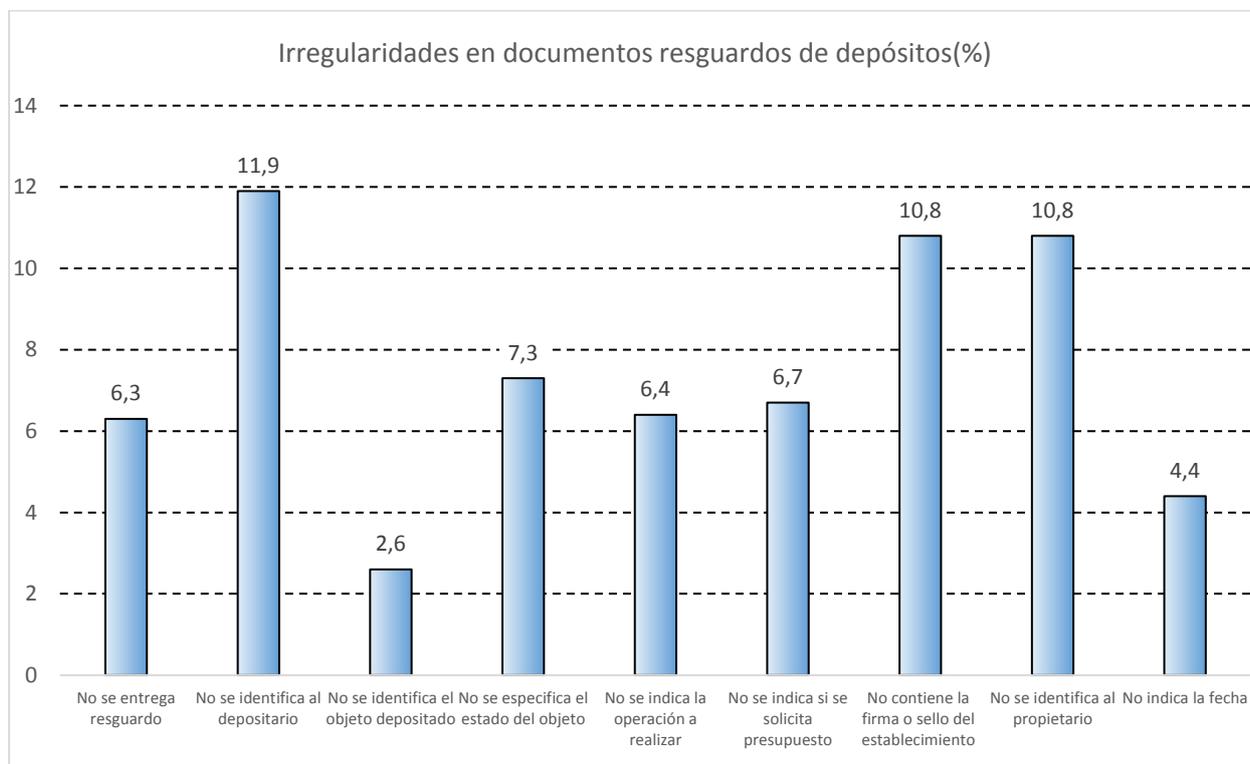
Los artículos de platino controlados han sido tan escasos que los datos carecen de representatividad.

## RESGUARDO DE DEPÓSITO

Cuando se recogen artículos para su arreglo o para realizar cualquier operación sobre los mismos en el 6,3% de las joyerías inspeccionadas no se hace entrega de un resguardo de depósito.

En los casos en los que si se entrega el resguardo este presentaba las siguientes irregularidades:

- En el 11,9% no se identificaba el establecimiento o el depositario.
- En el 2,6% no se identifica el objeto que se deposita.
- En el 7,3% no se especifica el estado en que se entrega el objeto o mercancía depositada.
- Un 6,4% no indica la operación o reparación solicitada.
- Un 6,7% no especifica si se solicita o no presupuesto.
- El 10,8% no contenía ni la firma o sello del receptor de la mercancía ni la identificación de propietario del artículo.
- El 4,4% no contiene la fecha.



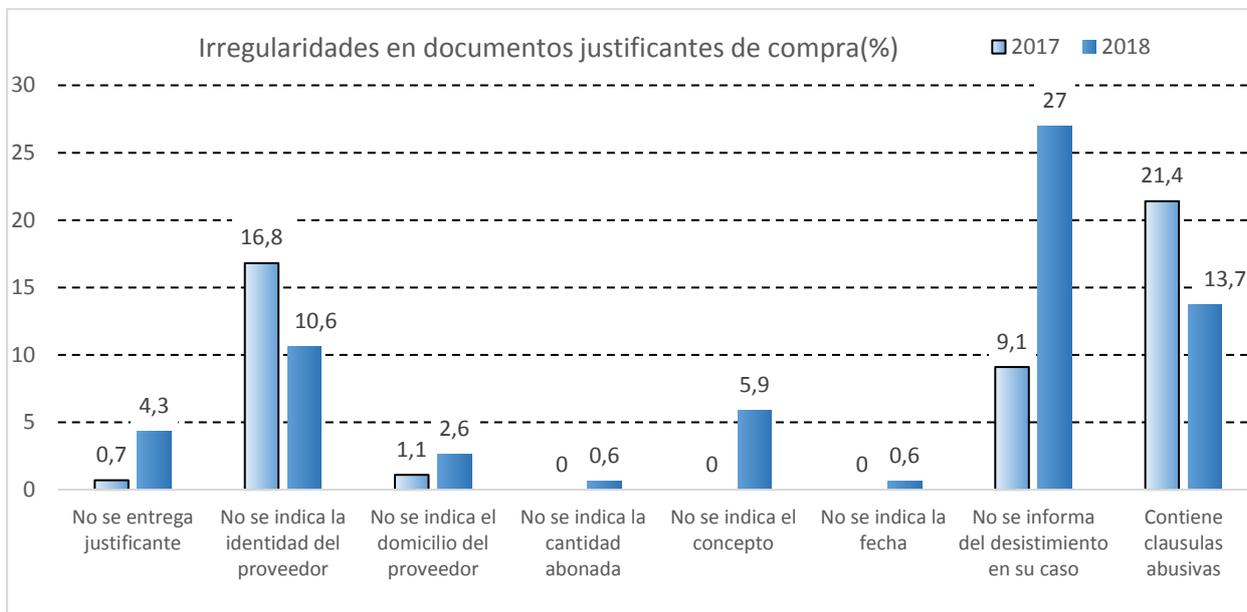
## DOCUMENTACIÓN JUSTIFICATIVA DEL CONTRATO

En el 4,3% de las joyerías inspeccionadas no se entregaba ningún documento justificativo de la compra efectuada.

Cuando si se entregaba dicho documento justificativo, este presentaba las siguientes irregularidades:

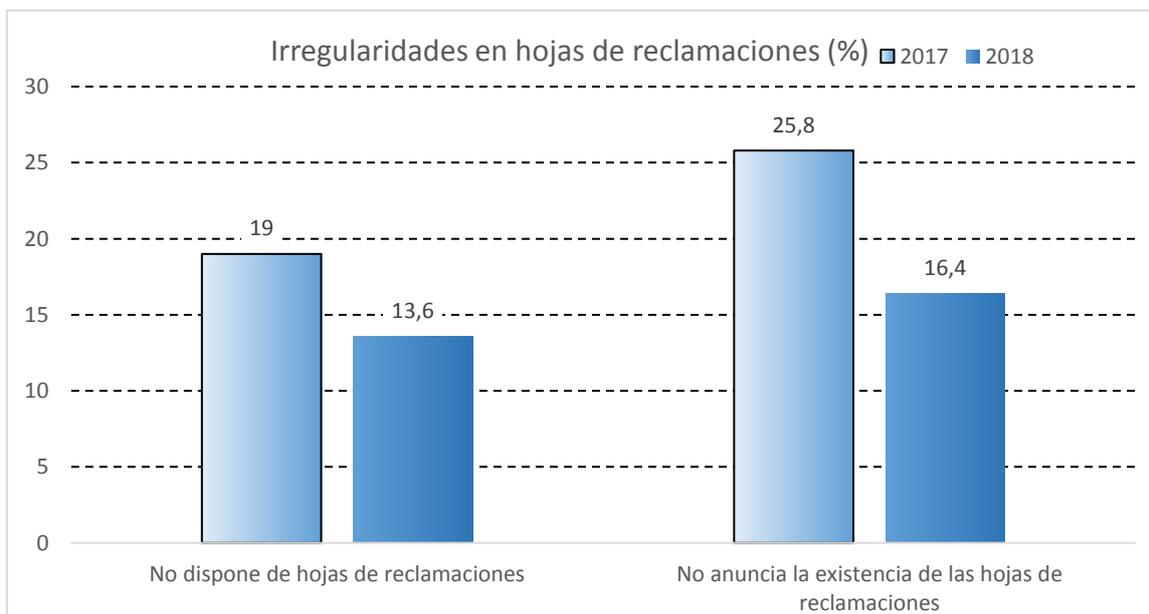
- En el 10,6% faltaba la identidad del proveedor.
- En el 2,6% no se indicaba el domicilio
- En el 5,9% de los justificantes no se indicaba el concepto de la mercancía u objeto comprado.
- No se contenían las condiciones del derecho de desistimiento en el 27% de los justificantes que debían llevarlo.
- El 13,7% de los justificantes contenían leyendas en contra de los derechos de los consumidores.

Los datos expuestos de manera gráfica son:



### HOJAS DE RECLAMACIONES

En el 13,6% de los establecimientos no disponen de hojas de reclamaciones, y el 16,4% no las anuncia mediante cartel ajustado al modelo oficial.



En esta ocasión el porcentaje final de irregularidades se sitúa alrededor del 20% por ello aunque es necesario volver a incidir sobre el control de este tipo de establecimientos la frecuencia de este tipo de controles se puede disminuir, espaciándolos más en el tiempo.