

Plan de Inspección de Consumo 2025

Evaluación de la Campaña de Inspección y Control de Venta
Ambulante Autorizada 2025



EVALUACIÓN DE LA CAMPAÑA DE INSPECCIÓN Y CONTROL DE VENTA AMBULANTE AUTORIZADA 2025

Introducción

Este programa es el complemento del establecido para el Control General de Establecimientos Comerciales, y persigue los mismos fines aplicándolos a los puestos de venta ambulante autorizados en el municipio de Madrid, ya sean mercadillos periódicos autorizados en esta ciudad, mercadillos ocasionales o sectoriales.

El fin perseguido es asegurar la protección de los derechos de las personas consumidoras y comprobar que se les informa correctamente sobre los diferentes bienes, productos y servicios, de manera que no se las induzca a error o confusión sobre la verdadera naturaleza de lo que adquieren.

Objetivos

Los objetivos de la presente campaña son los siguientes:

- Verificar el cumplimiento de las obligaciones documentales de los puntos de venta.
- Controlar aspectos generales de la publicidad.
- Comprobar el cumplimiento de la normativa general en lo relativo a la exhibición de precios, y de anuncio y tenencia de hojas de reclamaciones.
- Asegurar el cumplimiento, en lo relativo a los derechos de las personas consumidoras, de obtener un documento justificativo de la transacción efectuada y que se cumplan las prescripciones generales relativas a las garantías de los productos.
- Comprobar el cumplimiento de la normativa en cuanto a la información obligatoria que debe contener el etiquetado de los productos que se ofrecen.

Normativa aplicable

a) 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
- 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 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.
- 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 Municipal Reguladora de la Venta Ambulante, de 27 de marzo de 2003.
- Real Decreto 244/2016, de 3 de junio, por el que se desarrolla la Ley 32/2014, de 22 de diciembre, de Metrología.

b) NORMATIVA DE CARÁCTER ESPECÍFICO

- Real Decreto 928/1987, de 5 de junio, relativo al etiquetado de composición de productos textiles.
- 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 1718/1995, de 27 de octubre, por el que se regula el etiquetado de los materiales utilizados en los componentes principales del calzado.
- 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 Inspección y Control de Venta Ambulante Autorizada ha sido efectuada durante el año 2025 por Inspectores Técnicos de Calidad y Consumo de los Distritos de Madrid en establecimientos ubicados en el término municipal.

En el marco de esta actuación se han realizado un total de 708 inspecciones, detectándose irregularidades en 155 de ellas, lo que representa el 21,9 % del total y pone de manifiesto una incidencia relevante de incumplimientos.

Tras llevarse a cabo las correspondientes visitas de comprobación, se ha verificado que las deficiencias detectadas fueron subsanadas en 109 casos, quedando 46 inspecciones con irregularidades, lo que sitúa el porcentaje final en el 6,5 %.

RESULTADOS DEL CONTROL DE PUESTOS DE VENTA AMBULANTE

PUESTOS INSPECCIONADOS

708

PUESTOS CON IRREGULARIDADES

155 (21,9%)

VENTA AMBULANTE-DOCUMENTACIÓN	%SI	%NO
Presenta autorización municipal	94,6	5,4
La autorización se exhibe en lugar perfectamente visible	95,2	4,8
Acreditan la procedencia de la mercancía	94,0	6,0
PUBLICIDAD E INFORMACIÓN	%SI	%NO
La publicidad y la información exhibida induce a error o engaño al consumidor	19,2	80,8
Facilitan la información precontractual obligatoria en su caso (n=424)	93,2	6,8
EXHIBICIÓN DE PRECIOS	%SI	%NO
Se exhiben los precios de venta de los artículos expuestos	77,3	22,7
Se indica el precio por unidad de medida (n=357)	95,2	4,8
Los PVP de los artículos incluyen el IVA	96,0	4,0
Adecuada exposición de precios (caracteres claros, etiquetas fijas claramente diferenciadas)	79,9	20,1
VERIFICACIÓN Y DESTARE	%SI	%NO
Las balanzas tienen correctas las etiquetas de verificación (n=66)	56,1	43,9
El destare se realiza correctamente	100,0	0,0
DOCUMENTO JUSTIFICATIVO DE LA COMPRA	%SI	%NO
Se entrega factura o recibo acreditativo del pago efectuado	77,1	22,9
Consta en los documentos anteriores (n=546):		
- La identidad personal o social y fiscal del proveedor	88,5	11,5
- La cantidad abonada	93,6	6,4
- El concepto	93,4	6,6
- La fecha	93,8	6,2
Existen cláusulas abusivas en este documento	26,4	73,6
HOJAS DE RECLAMACIONES	%SI	%NO
Tienen a disposición de los consumidores hojas de reclamaciones	80,9	19,1
Anuncia mediante cartel ajustado al modelo oficial la existencia de las hojas de reclamaciones de modo permanente y perfectamente visible al público	96,0	4,0

RESULTADOS DEL CONTROL DE PRODUCTOS

PRODUCTOS CONTROLADOS

2.068

PRODUCTOS CON IRREGULARIDADES

199 (9,6%)

ETIQUETADO DE PRODUCTOS INDUSTRIALES (n=411)	%SI	%NO
Existe etiquetado	95,6	4,4
En el etiquetado figura:		
-Nombre o denominación del producto (salvo que el mismo sea plenamente identificable) (n=372)	97,3	2,7
-Nombre o razón social del fabricante, envasador o vendedor establecido en la Unión Europea	95,6	4,4
-Domicilio del fabricante, envasador o vendedor	94,8	5,2
-Composición (cuando la aptitud para el consumo o utilización del producto dependa de los materiales empleados en su fabricación o sea una característica de su pureza, calidad, eficacia o seguridad) (n=245)	92,7	7,3
-Plazo recomendado de uso, si con el tiempo pierde alguna cualidad (n=128)	98,4	1,6
-Contenido neto (unidad de masa o volumen, o número de unidades) (n=169)	98,9	1,1
-Características esenciales del producto, instrucciones, advertencias, recomendaciones de uso, manejo, instalación o mantenimiento (n=323)	98,5	1,5
-Potencia máxima (si utilizan energía eléctrica para su funcionamiento) (n=141)	100,0	0,0
-Tensión de alimentación (si utilizan energía eléctrica para su funcionamiento) (n=141)	100,0	0,0
El etiquetado figura con caracteres visibles, indelebles y legibles	100,0	0,0
El etiquetado figura en castellano	100,0	0,0
El artículo presenta alguna deficiencia en cuanto al etiquetado	8,8	91,2
ETIQUETADO DE PRODUCTOS TEXTILES (n=1.123)	%SI	%NO
El artículo textil lleva etiquetado	99,4	0,6
En el etiquetado se incluyen los siguientes datos:		
-Nombre o razón social del fabricante, comerciante o importador	95,2	4,8
-Domicilio del fabricante, envasador o importador	95,2	4,8
-Composición del artículo textil (no se tiene en cuenta el tejido base)	98,3	1,7
-Si los artículos se venden con envoltura, el etiquetado figura además en la propia envoltura cuando no se puede ver el etiquetado del producto (n=535)	99,4	0,6
-Las indicaciones o informaciones facultativas tales como símbolos de conservación, 'inencogible', 'impermeable', 'ignífugo', etc. aparecen netamente diferenciadas. (n=810)	98,4	1,6

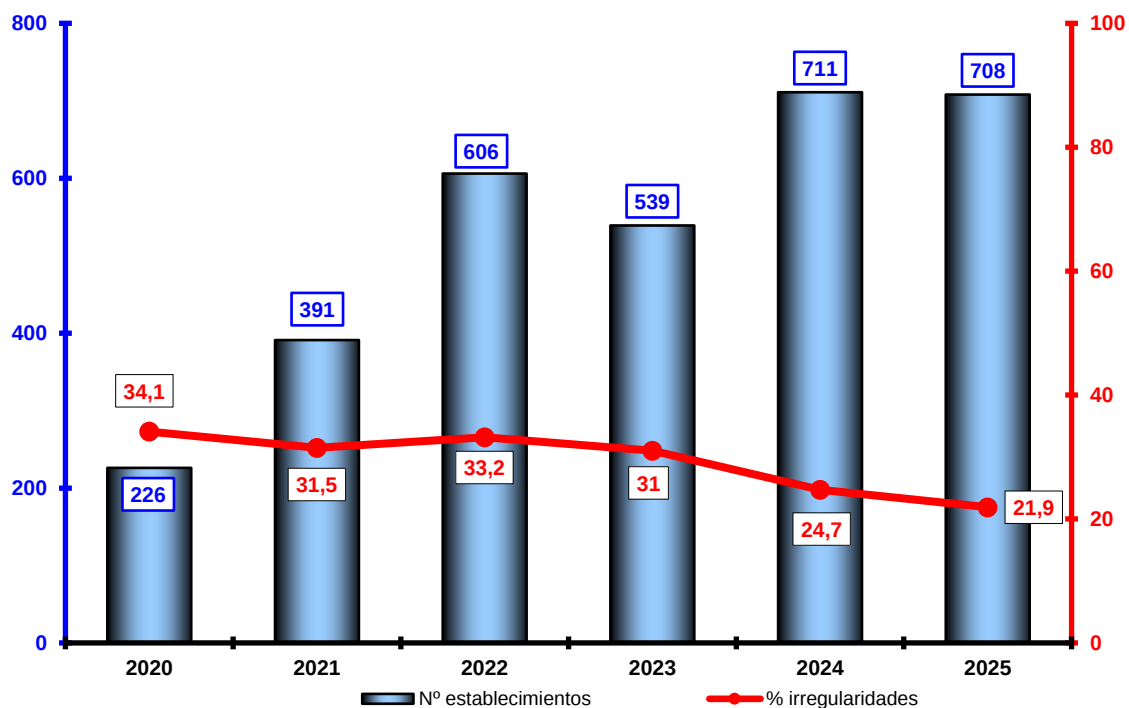
Todas las indicaciones obligatorias aparecen con caracteres claramente visibles y fácilmente legibles por el consumidor	98,7	1,3
Las inscripciones del etiquetado están al menos en castellano	97,9	2,1
El etiquetado es susceptible de crear confusión en el consumidor acerca de la naturaleza, composición u origen de los productos textiles	18,3	81,7
El artículo presenta alguna deficiencia en cuanto al etiquetado	6,8	93,2
ETIQUETADO DE PRODUCTOS DE MARROQUINERÍA (n=336)	%SI	%NO
El artículo lleva etiquetado	95,5	4,5
En el etiquetado se incluyen los siguientes datos:		
-Nombre o razón social o denominación del fabricante, comerciante o importador	96,3	3,7
-Composición de las distintas partes que conforman el artículo	96,9	3,1
-Referencia que sirva para identificar el artículo	98,1	1,9
El etiquetado figura con caracteres visibles, indelebles y legibles	97,5	2,5
El artículo presenta alguna deficiencia en cuanto al etiquetado	9,8	90,2
ETIQUETADO DE PRODUCTOS DE CALZADO (n=198)	%SI	%NO
El calzado lleva etiquetado	94,4	5,6
El etiquetado lleva información sobre la composición de cada una de las tres partes del calzado: empeine, forro y plantilla, y suela	87,6	12,4
Si la composición del calzado se realiza mediante indicaciones textuales, estas se corresponden con las recogidas en el Anexo I	79,8	20,2
Si la composición del calzado se realiza mediante pictogramas, estos se corresponden con los recogidos en el Anexo I	89,1	10,9
Si la composición del calzado se realiza únicamente mediante pictogramas, se expone en el punto de venta el cartel explicativo de los mismos, conforme al modelo del Anexo III (n=175)	69,7	30,3
El etiquetado es visible y se encuentra bien sujeto	90,0	10,0
El etiquetado induce a error al consumidor	26,7	73,3
El calzado presenta alguna deficiencia en cuanto al etiquetado	27,3	72,7

Análisis de los datos de la campaña

PUESTOS INSPECCIONADOS

Durante la campaña desarrollada en el año 2025 se han llevado a cabo un total de 708 inspecciones, detectándose irregularidades en 155 casos (21,9%).

Los datos anteriores comparados con los de las últimas campañas:

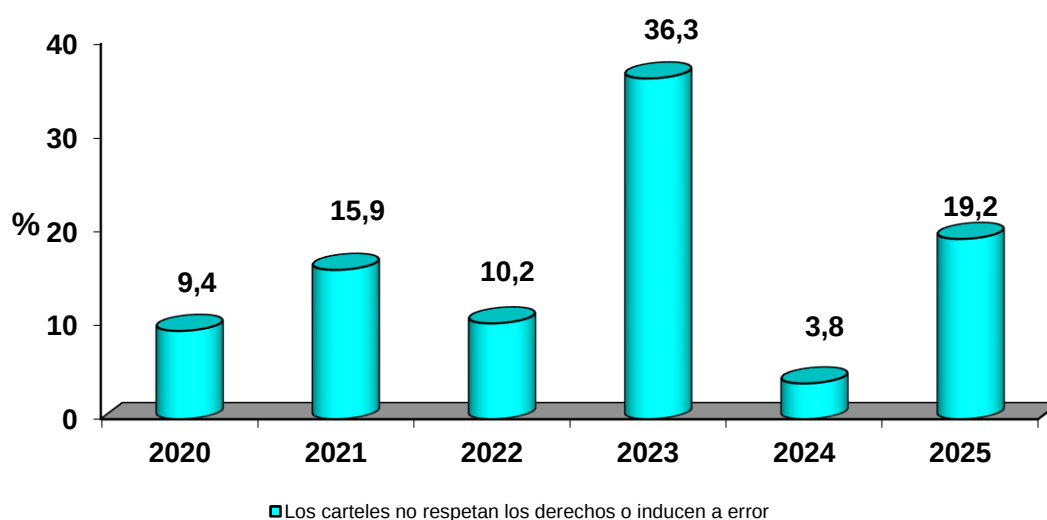


Con posterioridad se llevaron a cabo 155 inspecciones, con objeto de comprobar si se había subsanado las deficiencias encontradas en la primera vuelta, tras estas inspecciones de comprobación se subsanaron las deficiencias en 109 puestos inspeccionados.

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

DERECHOS DE LOS CONSUMIDORES

Cuando exhiben carteles, la información puede inducir a error a las personas consumidoras en el 19,2% de los puestos ambulantes.



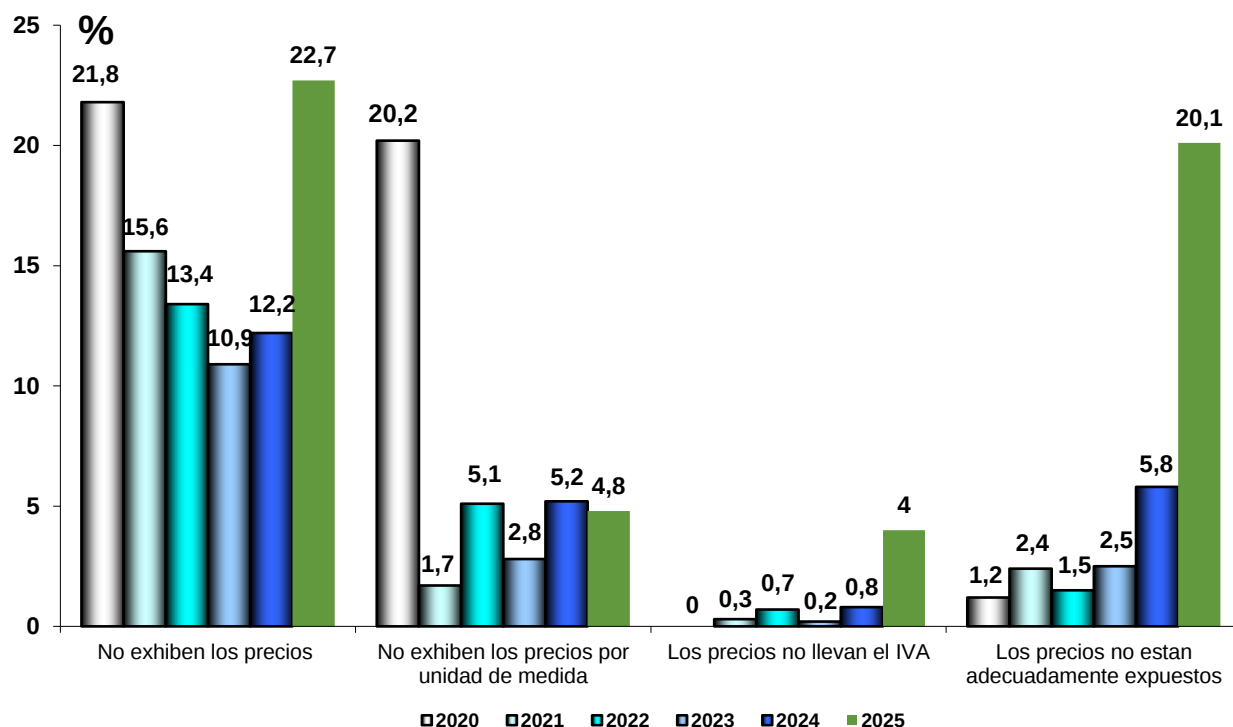
En esta última campaña se ha producido un notable ascenso con respecto al año anterior, lo que evidencia un empeoramiento en el grado de cumplimiento de esta obligación informativa.

PRECIOS

Las principales irregularidades detectadas en lo relativo a la exposición de los precios de los artículos que venden han sido:

- No se exhibe los precios de los artículos en el 22,7% de los casos, empeorando el dato de la campaña anterior.
- Los precios no están adecuadamente expuestos en el 20,1%.
- El precio por unidad de medida no se exhibe en el 4,8% de los casos en que es aplicable.

Los datos anteriores comparados son:



En esta ocasión se ha constatado un retroceso en relación con los resultados de años anteriores.

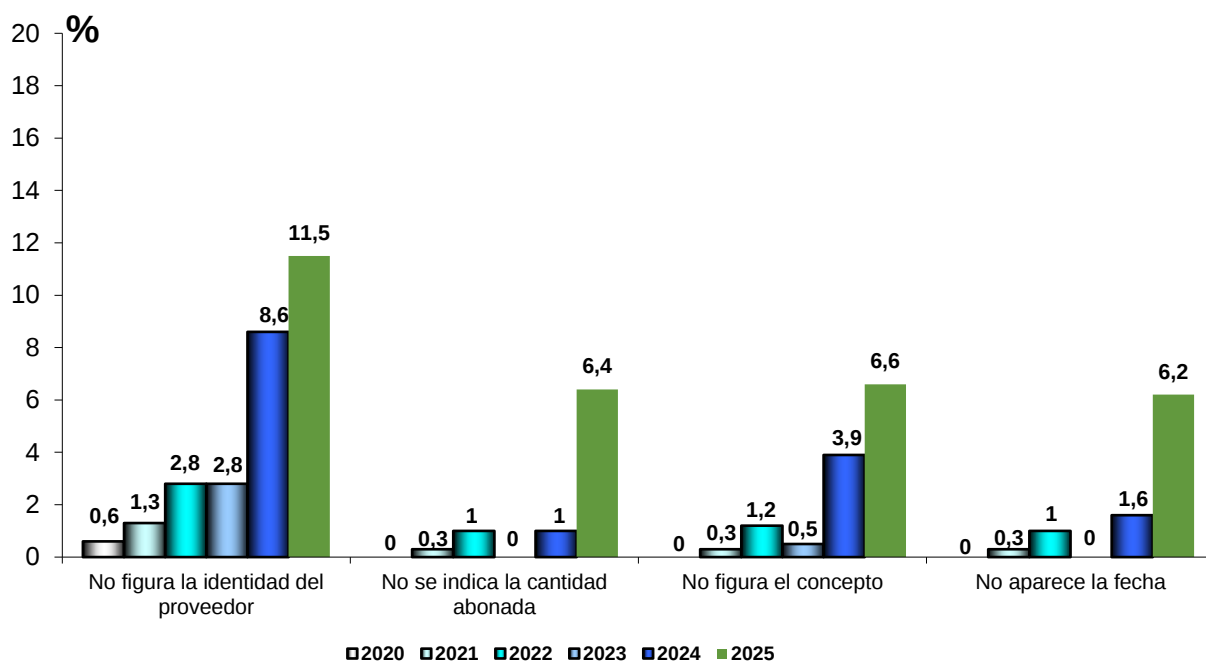
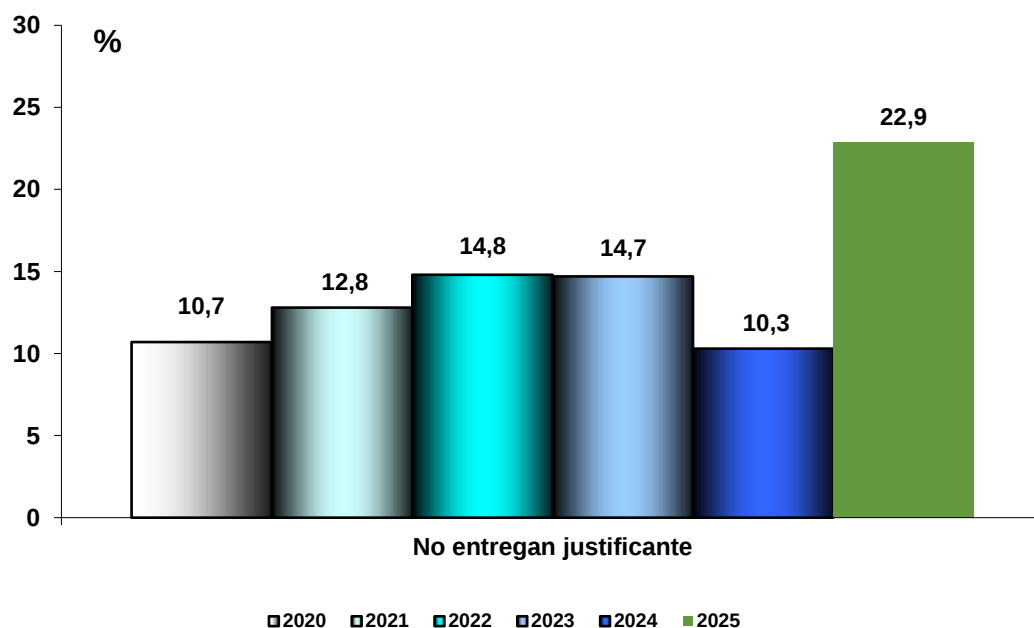
DOCUMENTO JUSTIFICATIVO DE COMPRA

No se entrega documento justificante de la compra efectuada en el 22,9% de los puestos inspeccionados.

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

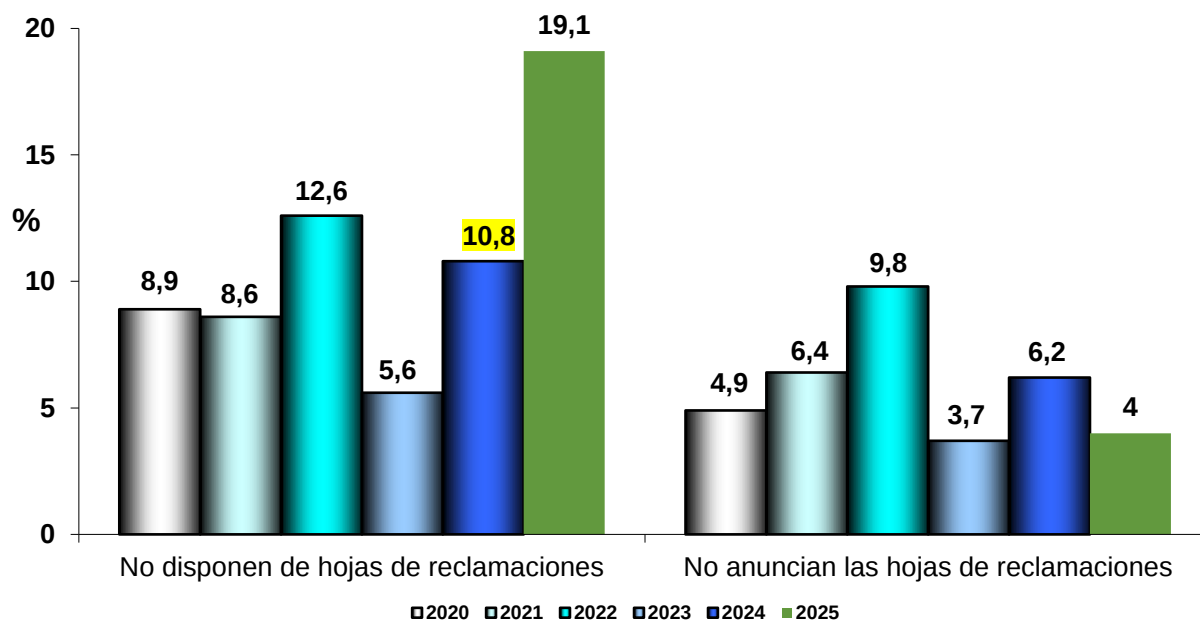
- En el 11,5% no figura la identidad personal o social y fiscal del proveedor.
- El concepto falta en el 6,4% de los casos

Los datos comparativos son:



HOJAS DE RECLAMACIONES

El 19,1% de los puestos no disponen de hojas de reclamaciones, y el 4% no las anuncia mediante cartel ajustado al modelo oficial.



PRODUCTOS

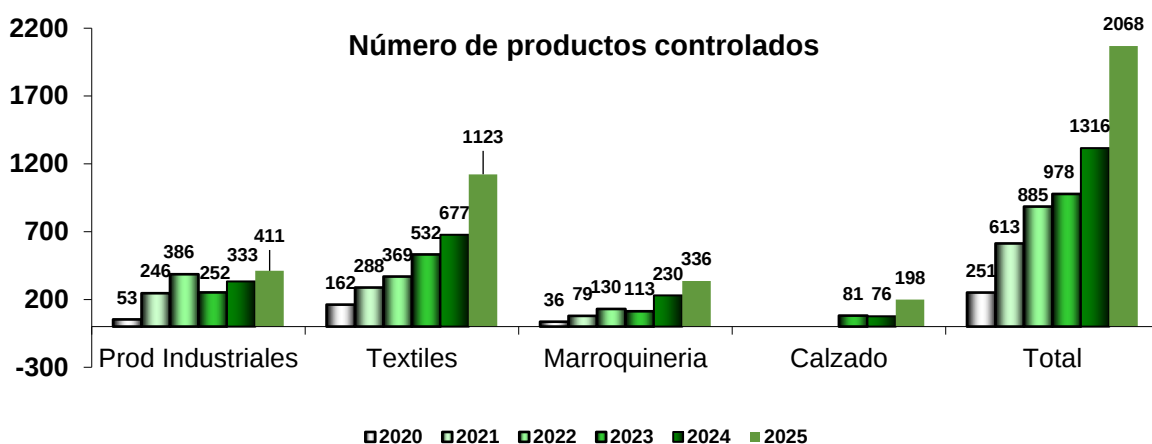
En relación con el control del etiquetado de productos realizado durante la campaña, se han controlado 2.068 artículos, detectándose irregularidades en 199 de ellos, lo que representa un 9,6 % del total.

Por tipología de producto, los resultados obtenidos fueron los siguientes:

- **Artículos industriales:** se controlaron 411 unidades, de las cuales 36 presentaban alguna deficiencia (8,8 %).
- **Artículos textiles:** se inspeccionaron 1.123 unidades, detectándose incumplimientos en 76 de ellas (6,8 %).
- **Artículos de marroquinería:** se revisaron 336 unidades, de las que 33 presentaban alguna deficiencia (9,8 %).
- **Calzado:** se controlaron 198 unidades, observándose irregularidades en 54 de ellas (27,3 %).

Entre las categorías analizadas, el calzado registró el mayor porcentaje de incumplimientos, muy por encima de los valores observados en el resto de los productos controlados.

Los datos comparados son:



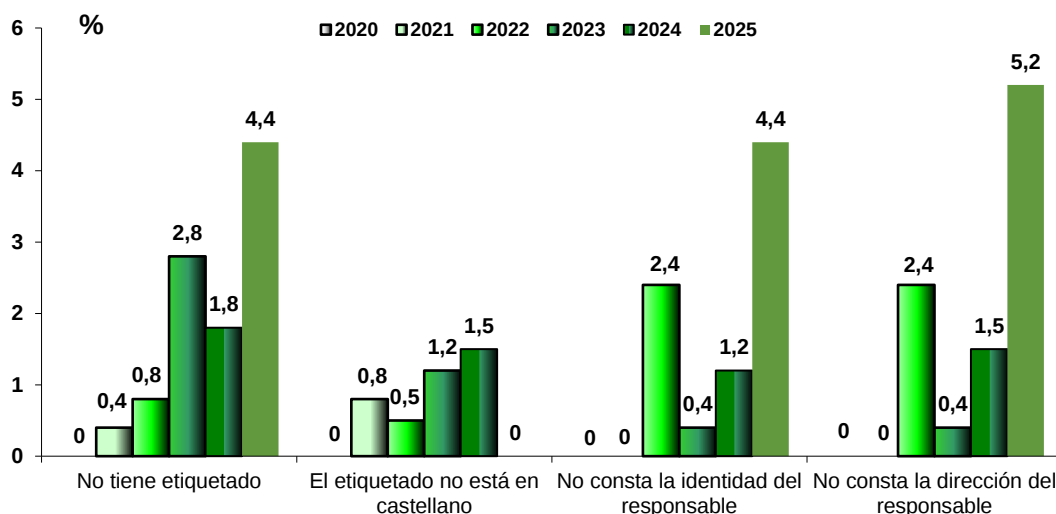
PRODUCTOS INDUSTRIALES

De los 411 artículos industriales inspeccionados a los que resultaba de aplicación la normativa de etiquetado, se detectaron deficiencias en un porcentaje reducido de los productos controlados. En concreto, el 4,4 % de los artículos carecía de etiquetado.

La irregularidad más relevante observada fue la ausencia de los datos identificativos del fabricante, envasador o vendedor, incumplimiento detectado en el 5,2 % de los artículos inspeccionados.

En términos generales, los resultados obtenidos muestran un elevado grado de cumplimiento de los requisitos de etiquetado establecidos para este tipo de productos.

La evolución de estos indicadores respecto a campañas anteriores se refleja en los siguientes datos:



PRODUCTOS TEXTILES

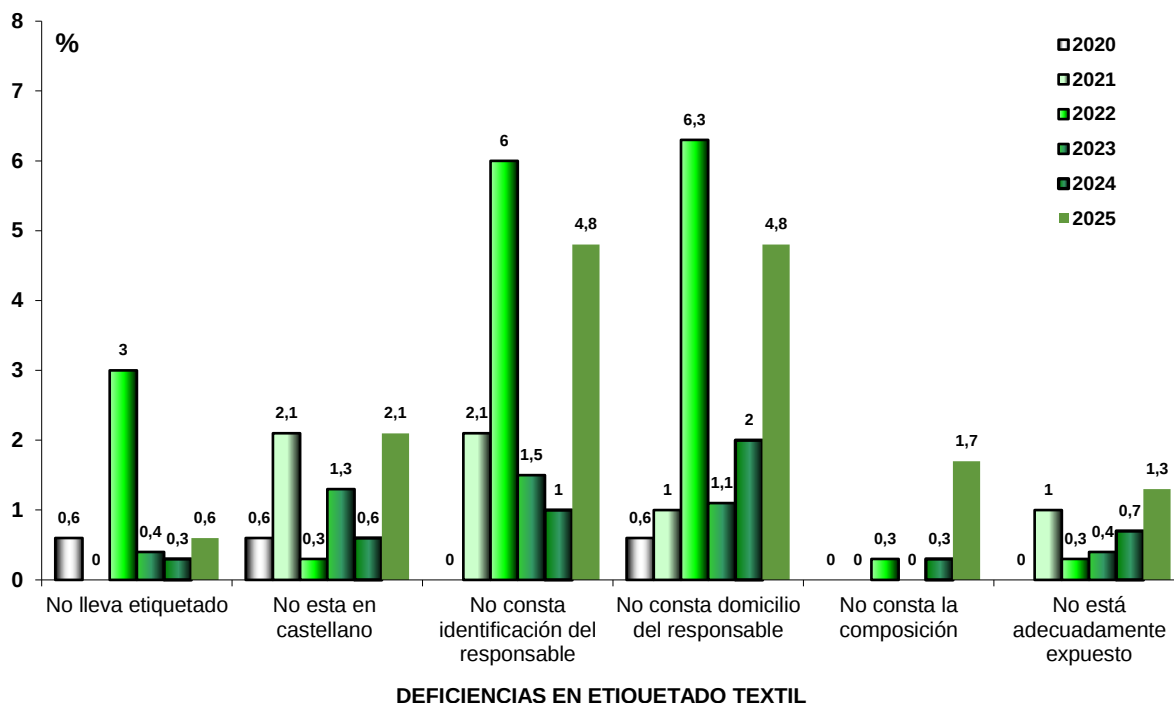
Durante la campaña se inspeccionaron 1.123 artículos textiles, detectándose únicamente 2 productos sin etiquetado, lo que representa un porcentaje muy reducido del total controlado, el 0,6%.

Las principales irregularidades observadas en materia de etiquetado fueron las siguientes:

- En el 4,8 % de los artículos no figuraba la identificación de la persona o entidad responsable de la puesta en el mercado del producto.
- Asimismo, en el 4,8 % de los casos no constaba el domicilio de dicha persona o entidad responsable.
- El 2,1 % de los artículos presentaba un etiquetado que no estaba disponible, al menos, en castellano.

En términos generales, los resultados obtenidos reflejan un elevado grado de cumplimiento de los requisitos de etiquetado por parte de los productos textiles inspeccionados, siendo las incidencias más frecuentes las relacionadas con la identificación y localización de la persona o entidad responsable de su comercialización.

Los datos comparados con los de campañas anteriores son los siguientes:



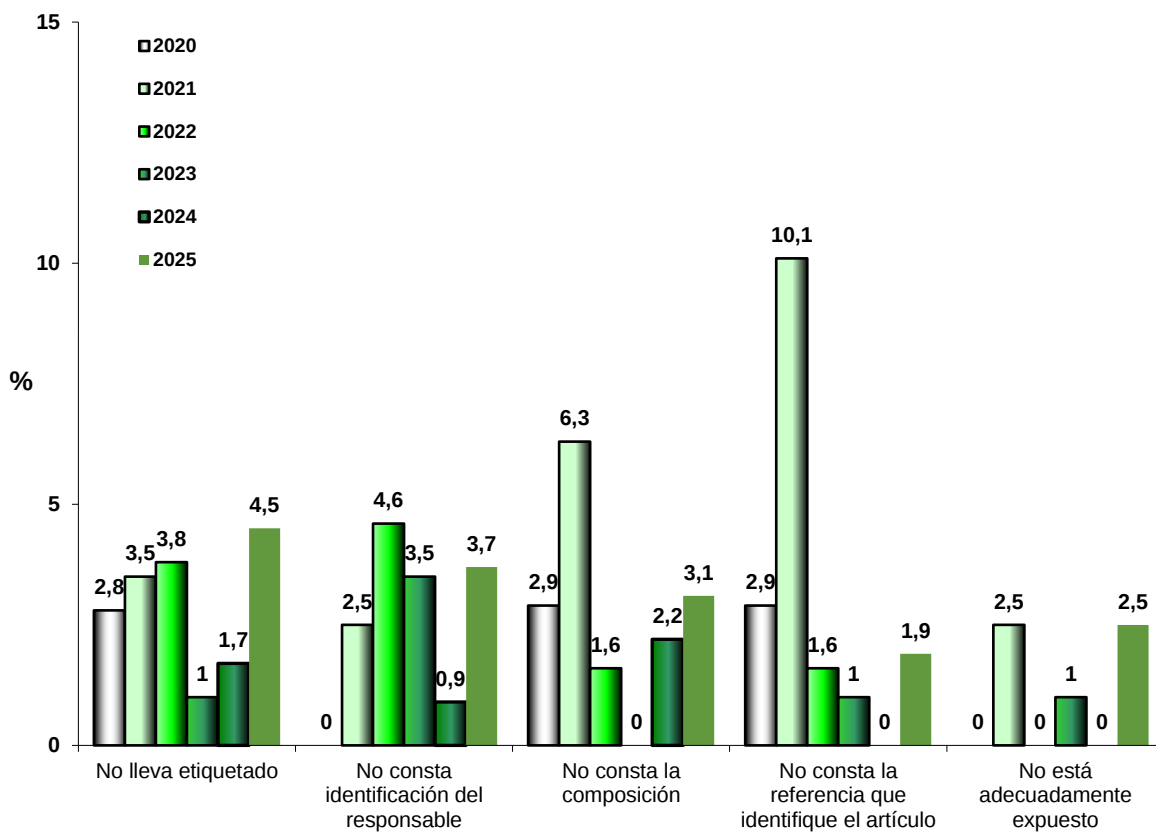
MARROQUINERIA

Durante la campaña se inspeccionaron 336 artículos de marroquinería, de los cuales 15 carecían de etiquetado, lo que representa el 4,5 % del total de productos controlados.

Entre los artículos que sí disponían de etiquetado, las principales irregularidades detectadas estuvieron relacionadas con la información obligatoria que debe facilitarse a las personas consumidoras. En concreto, en el 3,1 % de los productos no se indicaba la composición del artículo, mientras que en el 3,7 % de los casos no figuraba la identificación de la persona o entidad responsable de la puesta en el mercado.

En términos generales, las deficiencias observadas se concentraron principalmente en la falta de información relativa a la composición de los productos y a la identificación del responsable de su comercialización.

La evolución de estos resultados respecto a campañas anteriores se recoge a continuación:



DEFICIENCIAS EN ETIQUETADO DE MARROQUINERÍA

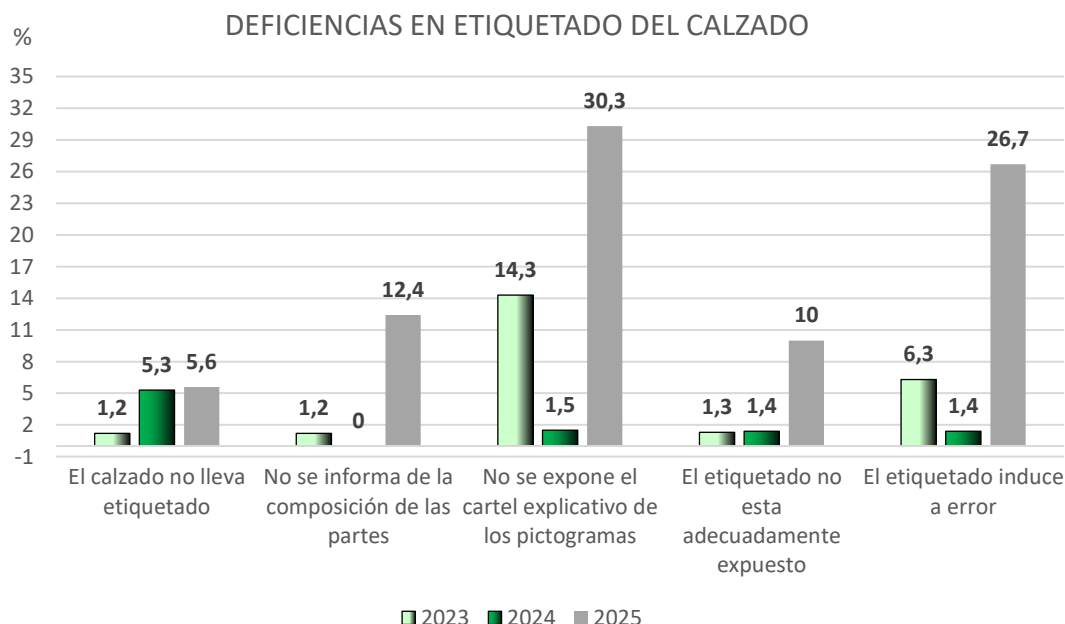
CALZADO

En la presente campaña, y por tercer año consecutivo, se ha verificado el cumplimiento de los requisitos de etiquetado aplicables al calzado. Para ello, se inspeccionaron 198 artículos, de los cuales 11 carecían de etiquetado, lo que representa el 5,6 % del total controlado.

En relación con los artículos que sí disponían de etiquetado, la principal deficiencia detectada estuvo vinculada a la información sobre la composición del calzado. En concreto, de los 175 artículos en los que dicha información se facilitaba exclusivamente mediante pictogramas, en el 30,3 % de los casos no se encontraba disponible el cartel explicativo correspondiente que permitiera interpretar correctamente su significado.

Esta incidencia constituye la irregularidad más relevante observada en esta categoría de productos, al dificultar que las personas consumidoras puedan conocer de forma adecuada la composición de los materiales utilizados en el calzado.

La comparación de los resultados obtenidos en los dos últimos ejercicios se presenta a continuación:



Conclusiones

En términos generales, la presente campaña refleja un aumento del nivel global de irregularidades detectadas en los puestos de venta respecto a la campaña anterior. Esta evolución, observada durante las primeras visitas de inspección, pone de manifiesto un menor grado de cumplimiento de la normativa aplicable.

En lo que respecta al control del etiquetado de los productos, los resultados también evidencian un incremento de las irregularidades detectadas en comparación con la campaña precedente. Este aumento se concentra principalmente en determinadas categorías de productos y en incumplimientos relacionados con la información obligatoria que debe facilitarse a las personas consumidoras.

En consecuencia, los resultados obtenidos aconsejan mantener y reforzar las actuaciones de vigilancia, inspección y control de la venta ambulante, con el fin de promover un mayor grado de cumplimiento de la normativa vigente y garantizar una adecuada protección de los derechos de las personas consumidoras.