

Plan de Inspección de Consumo 2025

Evaluación de la Campaña de Inspección y Control de Venta por
Internet 2025



EVALUACIÓN DE LA CAMPAÑA DE INSPECCIÓN Y CONTROL DE VENTA POR INTERNET 2025

Introducción

La presente campaña constituye una acción de control periódico ininterrumpido sobre la actividad de comercio electrónico. La relevancia de esta modalidad de actividad ha experimentado un crecimiento progresivo en los últimos años.

Objetivos

Los objetivos principales de la presente campaña de inspección fueron los siguientes:

- Comprobar el cumplimiento de la normativa de consumo, tanto de carácter general como específico, en particular la Ley 34/2002, de 11 de julio, de Servicios de la Sociedad de la Información y de Comercio Electrónico, en lo relativo a los requisitos de información en ella establecidos.
- Verificar si se ofrece información suficiente sobre las características de los productos y servicios, así como sobre su precio.
- Comprobar la inclusión de la información relativa a la identidad del titular de la actividad, incluyendo su domicilio.
- Detectar la posible existencia de publicidad falsa o engañosa que pueda inducir a error a las personas consumidoras.
- Verificar que se informa adecuadamente sobre el derecho de desistimiento y que este se ejerce conforme a lo establecido en la normativa vigente.
- Controlar la expedición de justificantes de pago y comprobar que estos sean correctos.
- Comprobar la existencia de hojas de reclamaciones y la adecuada información sobre las mismas.

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 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 34/2002, de 11 de julio, de Servicios de la Sociedad de la Información y de Comercio Electrónico.
- Ordenanza de Consumo de la ciudad de Madrid, de 30 de marzo de 2011.

Ejecución de la campaña

La presente campaña ha sido desarrollada a lo largo de todo el año 2025 por personal Inspector Técnico de Calidad y Consumo del Ayuntamiento de Madrid.

En total, se han realizado inspecciones en 70 empresas, detectándose irregularidades en 64 de ellas, lo que representa el 91,4% del total, lo que pone de manifiesto una elevada incidencia de incumplimientos.

Tras las correspondientes visitas de comprobación, las deficiencias fueron subsanadas en 36 casos, reduciéndose el porcentaje de irregularidades hasta el 40%.

RESULTADOS

INSPECCIONES PRIMERA VISITA 70

ESTABLECIMIENTOS CON IRREGULARIDADES 64
(91,4%)

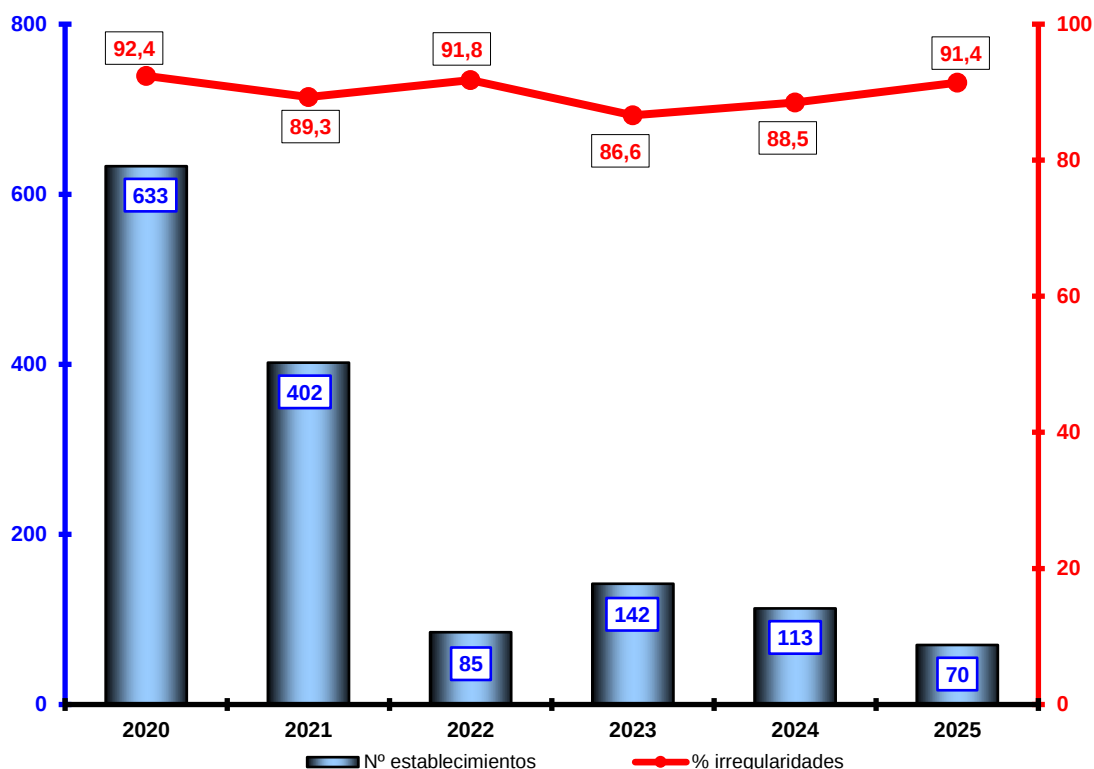
IDENTIFICADOR DEL PROVEEDOR	%SI	%NO
¿Consta en la página Web el nombre o la denominación social?	85,5	14,5
¿Consta el domicilio, o la dirección del establecimiento permanente?	97,1	2,9
¿Consta la dirección de correo electrónico?	89,9	10,1
¿Constan los datos de la inscripción en el Registro Mercantil? (n=49)	51,0	49,0
Si la actividad precisara de autorización previa, ¿se indican los datos de dicha autorización y se identifica el órgano competente de su supervisión? (n=0)	0,0	0,0
¿Si se ejerce una profesión regulada constan todos los datos del punto del artículo 10? (n=1)	100,0	0,0
¿Consta el número de identificación fiscal que le corresponda?	82,6	17,4
INFORMACIÓN PRECONTRACTUAL	%SI	%NO
Consta información sobre:		
-Las características principales del producto o servicio	80,7	19,3
-El precio total incluido todos sus impuestos	87,7	12,3
-Los gastos de entrega y transporte en su caso	88,9	11,1
-Procedimientos de pago, entrega y ejecución	90,2	9,8
-Fecha de entrega, ejecución del contrato	87,2	12,3
-La duración del contrato, o si el contrato es de duración indeterminada o se prolonga de forma automática, las condiciones de resolución (n=9)	100,0	0,0
-Cuando proceda, duración mínima de las obligaciones de la persona consumidora derivadas del contrato (n=13)	100,0	0,0
- Recordatorio de la existencia de una garantía legal de conformidad para los bienes, contenido digital o servicios digitales	30,9	69,1
-Cuando proceda, la existencia de asistencia posventa, servicios posventa y garantías comerciales, así como sus condiciones (n=16)	59,3	40,7
-Lengua o lenguas en las que podrá formalizarse el contrato, cuando esta no sea la lengua en la que se le ha ofrecido la información previa a la contratación (n=24)	70,8	28,2
-La dirección del establecimiento del empresario donde la persona consumidora pueda dirigir sus reclamaciones	61,0	39,0

OBLIGACIONES PREVIAS A LA CONTRATACIÓN	%SI	%NO
Se informa sobre: -Los distintos trámites para celebrar el contrato	84,3	15,7
-Si el prestador del servicio va a archivar el documento electrónico en que se formalice el contrato y si este va a ser accesible	52,4	47,6
-Cómo identificar y corregir errores en los datos	56,8	43,2
-Las condiciones generales a las que deba sujetarse el contrato	88,0	12,0
Las condiciones anteriores pueden ser almacenadas y reproducidas por el destinatario	65,1	34,9
La persona consumidora tiene la posibilidad de confirmar expresamente que es consciente de la obligación de pago mediante un botón o función similar etiquetado con la expresión «pedido con obligación de pago» o similar	65,9	34,1
DOCUMENTO CONTRACTUAL	%SI	%NO
En caso de existir cláusulas no negociadas: son concretas, claras, sin reenvíos a textos o documentos que no se faciliten previa o simultáneamente a la conclusión del contrato, a los que en todo caso deberá hacerse referencia.	48,6	51,4
Accesibilidad y legibilidad, de forma que el consumidor pueda conocer previamente su existencia y contenido.	83,3	16,7
Existen cláusulas abusivas en los contratos	72,1	27,9
PUBLICIDAD	%SI	%NO
Existe publicidad que pueda inducir a error al/a la consumidor/a	38,1	61,9
Las leyendas o cláusulas que exhiben respetan los derechos de las/os consumidoras/es	46,8	53,2
DERECHO DE DESISTIMIENTO	%SI	%NO
Cuando exista un derecho de desistimiento se informa sobre las condiciones, el plazo y los procedimientos para ejercitarlo	63,0	37,0
Cuando no proceda el derecho de desistimiento, la indicación de que a la persona consumidora no le asiste tal derecho	70,8	29,2
El plazo de desistimiento es, como mínimo de 14 días naturales	83,3	16,4
Cuando exista un derecho de desistimiento se proporciona el modelo de formulario de desistimiento	27,0	73,0
Cuando proceda, la indicación de que el consumidor asume el coste de la devolución	73,3	26,7
Se entrega en soporte duradero la información anterior una vez confirmada la contratación	50,0	50,0

INFORMACIÓN Y DOCUMENTACIÓN JUSTIFICATIVA DEL CONTRATO	%SI	%NO
Se entrega recibo justificante, copia o documento acreditativo de la operación de compraventa efectuada	50,0	50,0
Constan en los documentos anteriores: -Número y en su caso serie	80,9	19,1
-La identidad personal o social y NIF del/de la proveedor/a	76,2	23,8
-La cantidad abonada	85,7	14,3
-Tipo impositivo aplicado y opcionalmente IVA incluido	76,2	23,8
-El concepto por el que se satisface	85,7	14,2
-La fecha	85,7	14,2
-En su caso figura la fecha en que el/la empresario/a se compromete a entregar los bienes o a ejecutar la prestación del servicio	75,0	25,0
Existen cláusulas abusivas o que induzca a error en los documentos anteriores u otros	23,8	76,2
Se facilita confirmación del contrato celebrado en soporte duradero y en un plazo razonable	70,0	30,0
HOJAS DE RECLAMACIONES	%SI	%NO
Disponen de hojas de reclamaciones	38,5	61,5
Informan de la existencia de las hojas de reclamaciones y de la forma de acceder a las mismas	27,3	72,7

Análisis de los datos de la campaña

Los resultados obtenidos durante las seis últimas campañas son los siguientes:



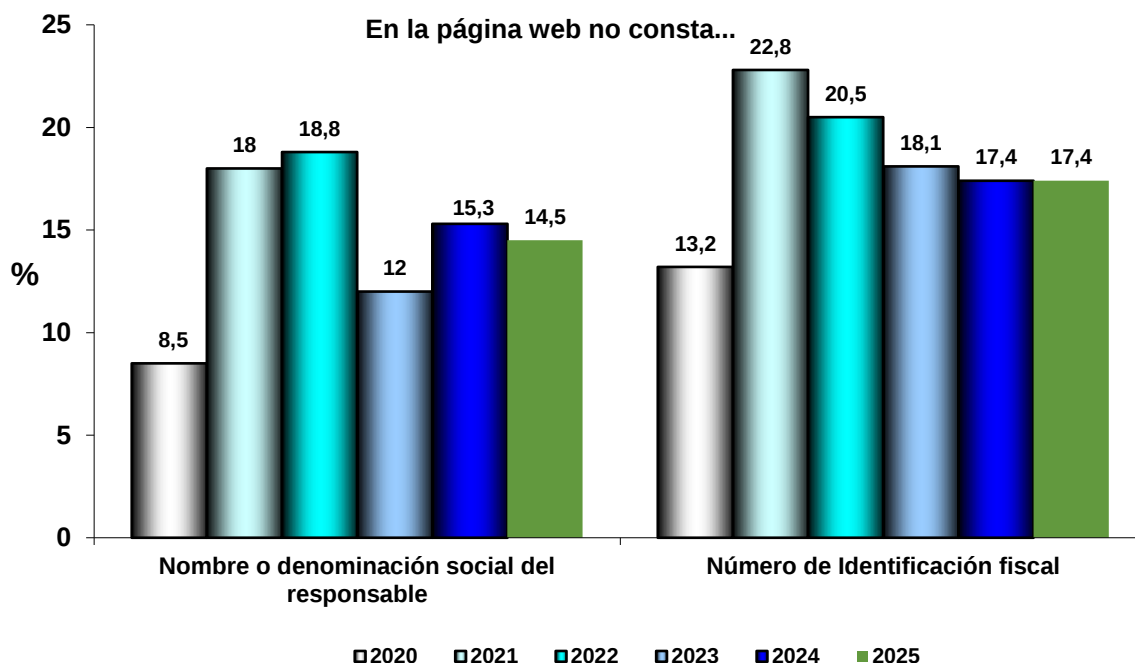
Los resultados más significativos se presentan a continuación, estructurados por módulos.

IDENTIFICADOR DEL/DE LA PROVEEDOR/A

En este módulo las infracciones más significativas son las siguientes:

- En el 14,5% de las páginas investigadas no consta el nombre o la denominación social de la persona responsable de la oferta.
- En el 17% de los casos no figura el número de identificación fiscal (NIF) del responsable.

Los datos comparados de los seis últimos años son:



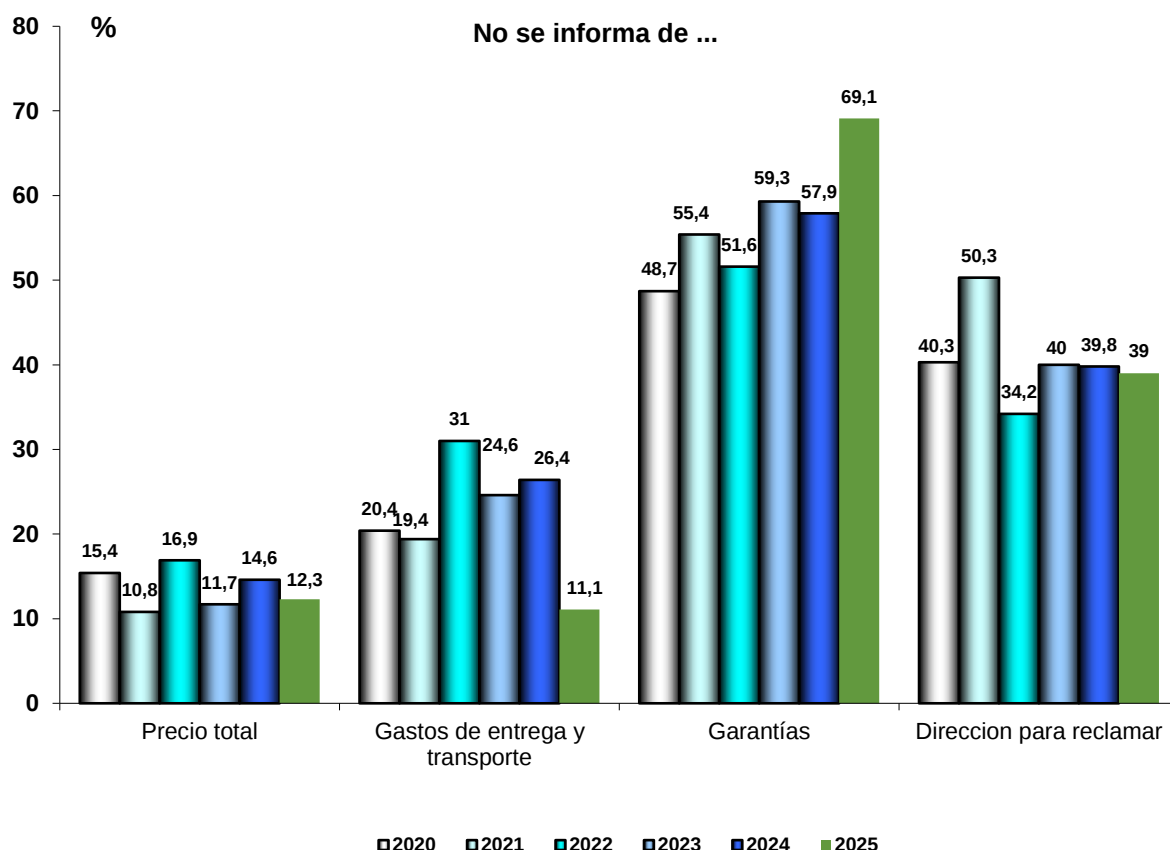
Los datos de la presente campaña reflejan una ligera mejora en la identificación de la persona proveedora.

INFORMACIÓN PRECONTRACTUAL

Los datos más significativos en este apartado son los siguientes:

- No se informa sobre las garantías en el 69,1%.
- No se informa de la dirección del establecimiento donde el consumidor pueda dirigir sus reclamaciones en el 39,0%.
- La información sobre los gastos de entrega y transporte no consta en el 11,1% de los casos en que es aplicable.
- No consta la información sobre el precio total de los artículos o servicios que ofertan en el 12,3% de las páginas web controladas.

Los datos comparados de las seis últimas campañas son:

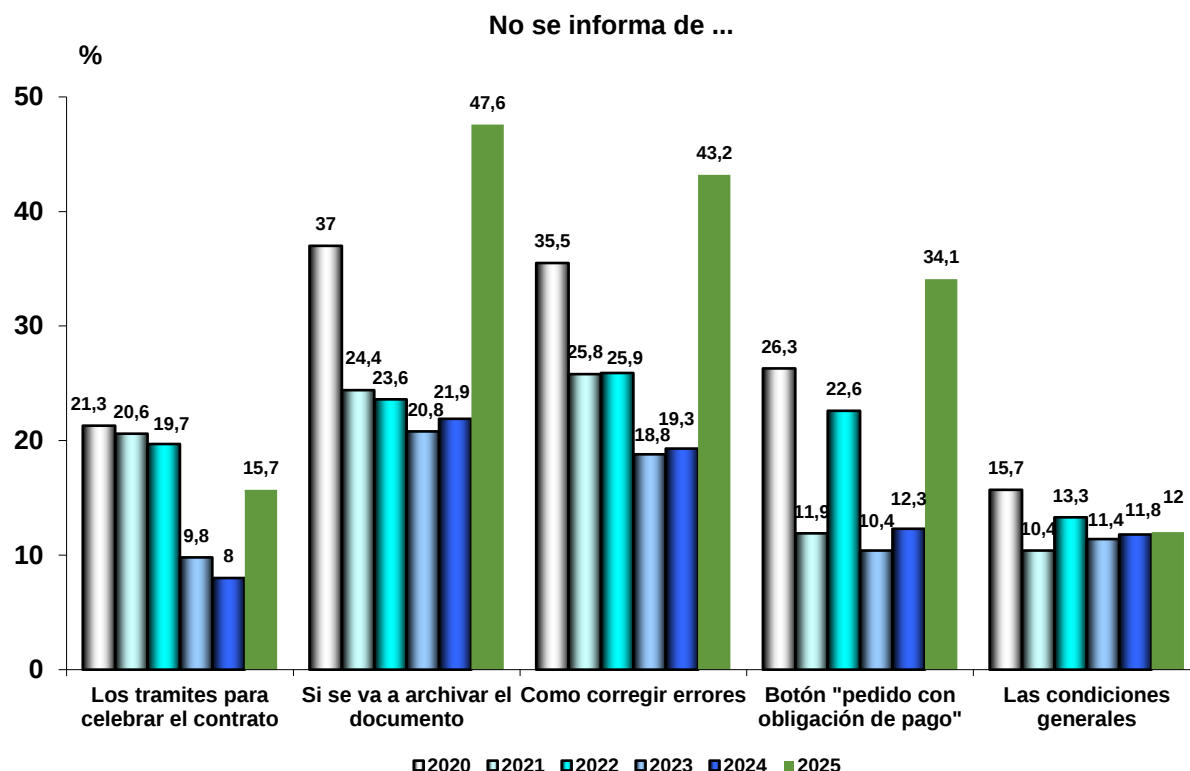


OBLIGACIONES PREVIAS A LA CONTRATACIÓN

Las irregularidades que se han detectado en este apartado han sido:

- No se indica si se va a archivar el documento en que se formalice el contrato y si este va a ser accesible en el 47,6% de los casos.
- Tampoco se ofrece información de cómo identificar o corregir errores en el 43,2% de los casos
- No se tiene la posibilidad de confirmar expresamente la obligación de pago mediante una función etiquetada con la expresión "pedido con obligación de pago" o similar en un 34,1% de los casos
- No se informa de los condiciones generales del contrato en el 12,0%.
- No se informa sobre los distintos trámites a realizar para celebrar el contrato en el 15,7% de los casos.

Los datos de las seis últimas campañas son:

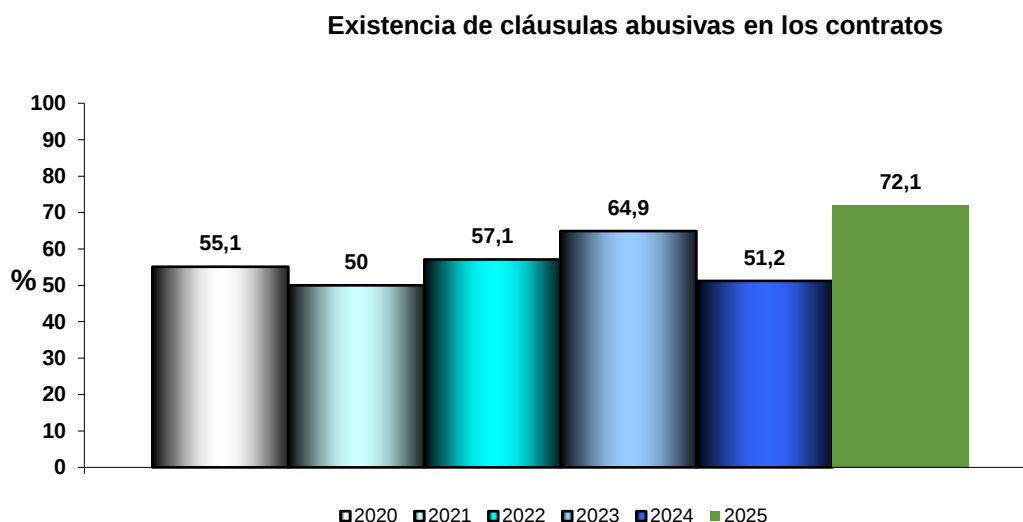


Los incumplimientos en general son superiores a los de la campaña anterior.

DOCUMENTO CONTRACTUAL

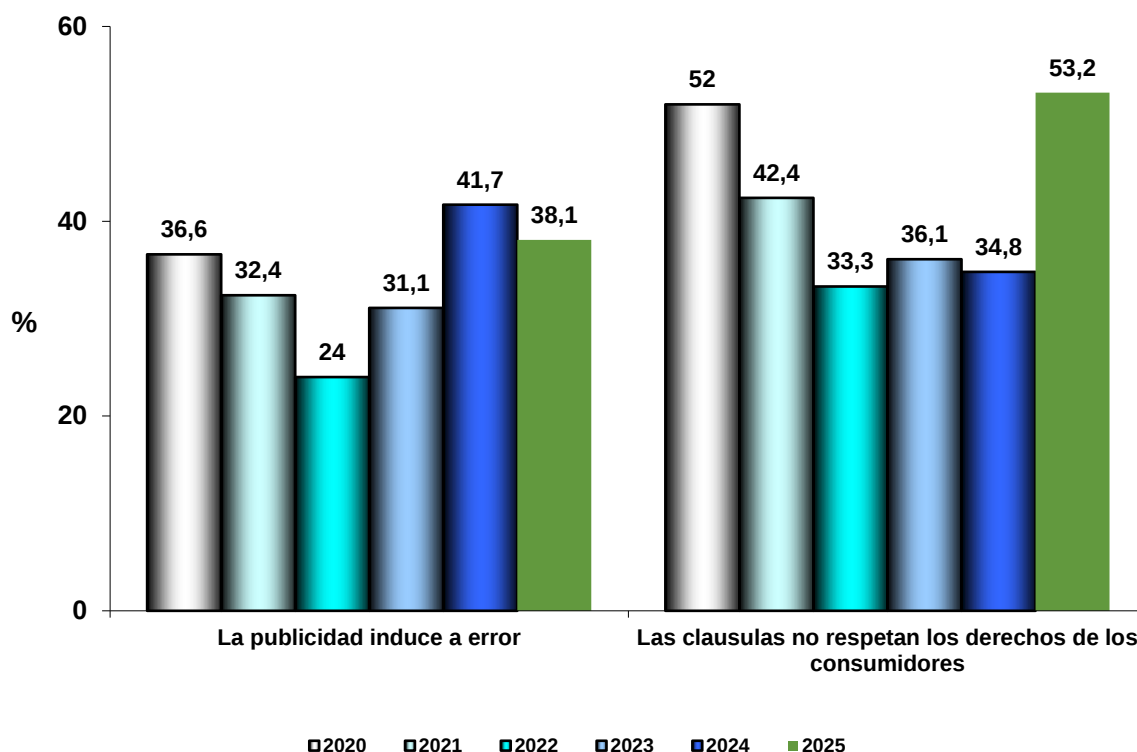
Como en ocasiones anteriores, la principal deficiencia de este apartado sigue siendo la inclusión de cláusulas abusivas en los contratos, que alcanza el 72,1%. No obstante, en la presente campaña se ha producido un incremento notable respecto a la anterior.

El dato de la deficiencia, en términos comparativos, quedaría del siguiente modo:



PUBLICIDAD

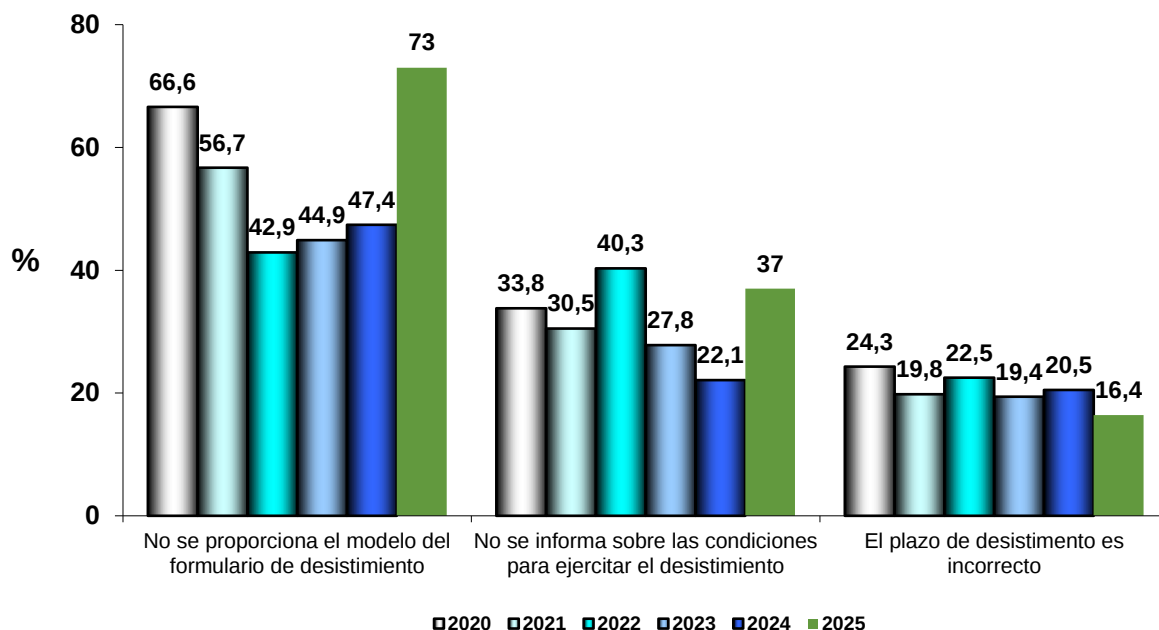
- El 38,1% de las páginas Web tenía contenido que podían inducir a error a la persona consumidora.
- El porcentaje de páginas Web donde se han detectado leyendas o cláusulas que no respetaban los derechos de los consumidores es del 53,2%.



DOCUMENTO DE DESISTIMIENTO

La irregularidad más destacable en este apartado es la falta de provisión del modelo de formulario de desistimiento en el 73,0% de los casos en que existe este derecho.

El resto de las irregularidades se recogen en el gráfico siguiente, donde se comparan con las observadas en campañas anteriores.

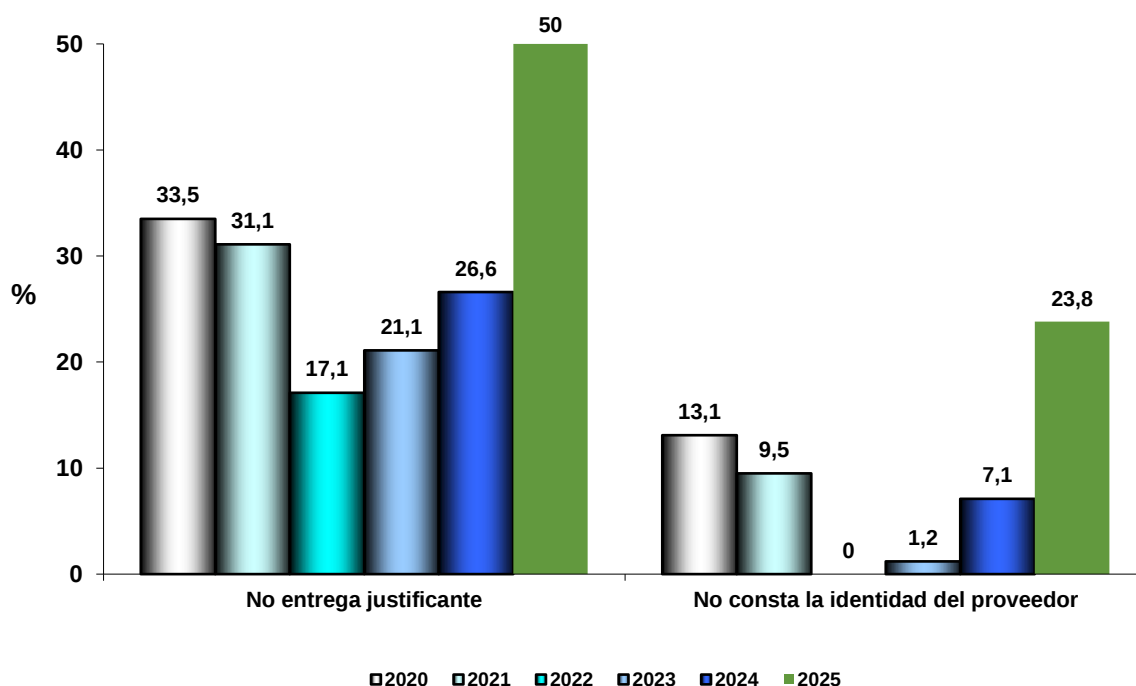


INFORMACIÓN Y DOCUMENTACIÓN JUSTIFICATIVA DEL CONTRATO

Las infracciones detectadas en este apartado son:

- En el 50,0% de los casos no se entrega justificante acreditativo de la operación de compraventa efectuada.
- En el 23,8% de los casos no consta la identidad del proveedor

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

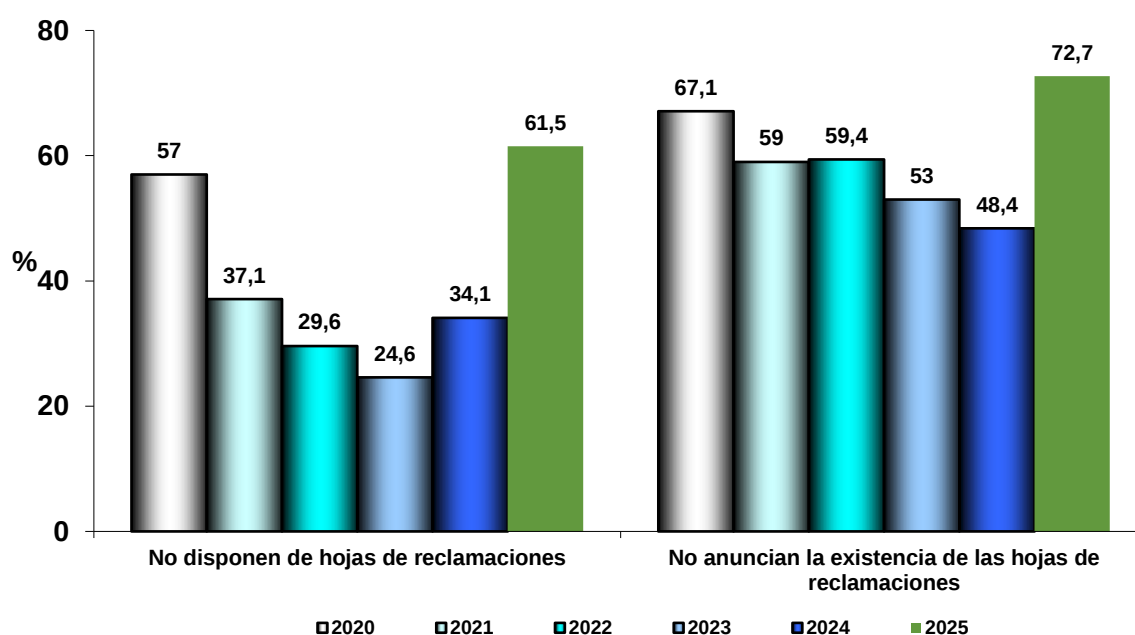


HOJAS DE RECLAMACIONES

En este último módulo, los aspectos controlados han arrojado los siguientes resultados:

- Un 72,7% de las páginas no informan sobre la existencia de hojas de reclamaciones ni sobre la forma de acceder a ellas.
- El 61,5% de las empresas no dispone de hojas de reclamaciones.

La evolución de estos datos en los últimos años es la siguiente:



Conclusiones

Los datos recogidos indican que el nivel de infracciones tras la primera visita de inspección se mantiene muy elevado, alcanzando el 91,4%, lo que supone un incremento respecto al 88,5% registrado en la campaña anterior.

A pesar de este alto nivel inicial, cabe destacar que, tras las visitas de comprobación de subsanación, las deficiencias se corrigen en 36 casos, reduciéndose el porcentaje final al 40%.

El elevado porcentaje de irregularidades, junto con la relevancia de esta modalidad de venta, justifica plenamente la continuidad de esta campaña de forma ininterrumpida.