

Plan de Inspección de Consumo 2025

Evaluación de la Campaña de Inspección y Control de Venta de
Materiales de Construcción 2025



EVALUACIÓN DE LA CAMPAÑA DE INSPECCIÓN Y CONTROL DE VENTA DE MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN 2025

Introducción

Los materiales de construcción no han sido objeto de un control específico por parte de los servicios de inspección. Al tratarse de la primera campaña en este ámbito, sus resultados servirán para establecer una base de referencia inicial.

Objetivos

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

- Verificar el cumplimiento de las obligaciones documentales por parte de los establecimientos.
- Controlar aspectos generales de la publicidad.
- Comprobar el cumplimiento de la normativa general en materia de exhibición de precios, así como del anuncio y la disponibilidad de hojas de reclamaciones..
- Garantizar el respeto de los derechos de las personas consumidoras a obtener un documento justificativo de la transacción realizada y a que se cumplan las prescripciones generales relativas a las garantías de los productos.
- Proteger el derecho a la información de las personas consumidoras, en particular en lo relativo a la información obligatoria que debe figurar en el etiquetado de los productos objeto de la presente campaña.

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.
- 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.
- Real Decreto 1619/2012, de 30 de noviembre, por el que se aprueba el Reglamento por el que se regulan las obligaciones de facturación.
- Ordenanza de Consumo de la ciudad de Madrid, de 30 de marzo de 2011.

b) NORMATIVA DE CARÁCTER ESPECÍFICO.

- REGLAMENTO (UE) nº 305/2011 DEL PARLAMENTO EUROPEO Y DEL CONSEJO de 9 de marzo de 2011 por el que se establecen condiciones armonizadas para la comercialización de productos de construcción y se deroga la Directiva 89/106/CEE del Consejo
- Real Decreto 1468/1988, de 2 de diciembre, reglamento de etiquetado, presentación y publicidad de los productos industriales destinados a la venta directa de los consumidores.

Ejecución de la campaña

La presente campaña ha sido efectuada durante el año 2025 por Inspectores Técnicos de Calidad y Consumo del Instituto Municipal de Consumo en establecimientos ubicados en el término municipal.

Se han realizado un total de 85 inspecciones, detectándose irregularidades en 67 de ellas, lo que representa el 78,8% del total.

Tras las correspondientes visitas de comprobación, las deficiencias fueron subsanadas en 62 establecimientos, de modo que únicamente 5 mantuvieron irregularidades, lo que supone el 5,8% del total de establecimientos controlados.

En relación con el etiquetado, de los 646 artículos inspeccionados, 104 presentaban irregularidades, lo que equivale al 16,1% en términos porcentuales.

RESULTADOS CONTROL DE ESTABLECIMIENTOS

INSPECCIONES PRIMERA VISITA

85

ESTABLECIMIENTOS CON IRREGULARIDADES

67 (78,8%)

INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD	%SI	%NO
La publicidad y la información exhibida inducen a error o engaño al consumidor.	14,7	85,3
Facilitan la información precontractual obligatoria en su caso.	73,2	26,8
Se admiten tarjetas de crédito o débito estando anunciadas.	100,0	0,0
EXHIBICIÓN DE PRECIOS	%SI	%NO
Expone de forma visible el PVP en los artículos expuestos en el escaparate (n=38)	52,6	47,4
Expone de forma visible el PVP de los artículos en el interior del establecimiento.	39,5	60,5
DOCUMENTO JUSTIFICATIVO DE LA COMPRA	%SI	%NO
Se entrega factura o recibo acreditativo del pago efectuado.	98,8	1,2
Constan en los documentos anteriores: -Número y en su caso serie.	98,8	1,2
-La identidad personal o social y NIF de la persona proveedora.	93,8	6,2
-La cantidad abonada.	98,8	1,2
-Tipo impositivo aplicado y opcionalmente IVA incluido.	96,3	3,7
-El concepto.	97,5	2,5
-La fecha.	98,8	1,2
-En su caso, se informa sobre el derecho de desistimiento, indicando sus plazos, condiciones y posibles limitaciones (n=56)	76,8	23,2
Existen cláusulas abusivas en este documento.	10,9	89,1
GARANTÍAS	%SI	%NO
Se facilita información antes de comprar sobre las garantías (recordatorio de la garantía legal y garantías comerciales) de los artículos que venden.	79,3	20,7
La información anterior es correcta.	82,2	17,8
Se entrega garantía comercial en un soporte duradero (n=21)	42,9	57,1
La garantía comercial está correctamente cumplimentada.	81,8	18,2
HOJAS DE RECLAMACIONES	%SI	%NO
Tienen a disposición de los consumidores hojas de reclamaciones.	81,9	18,1
Anuncia mediante cartel ajustado al modelo oficial la existencia de las hojas de reclamaciones de modo permanente y perfectamente visible al público.	83,1	16,9

RESULTADOS CONTROL DE PRODUCTOS DE CONSTRUCCIÓN

PRODUCTOS CONTROLADOS

646

PRODUCTOS CON IRREGULARIDADES

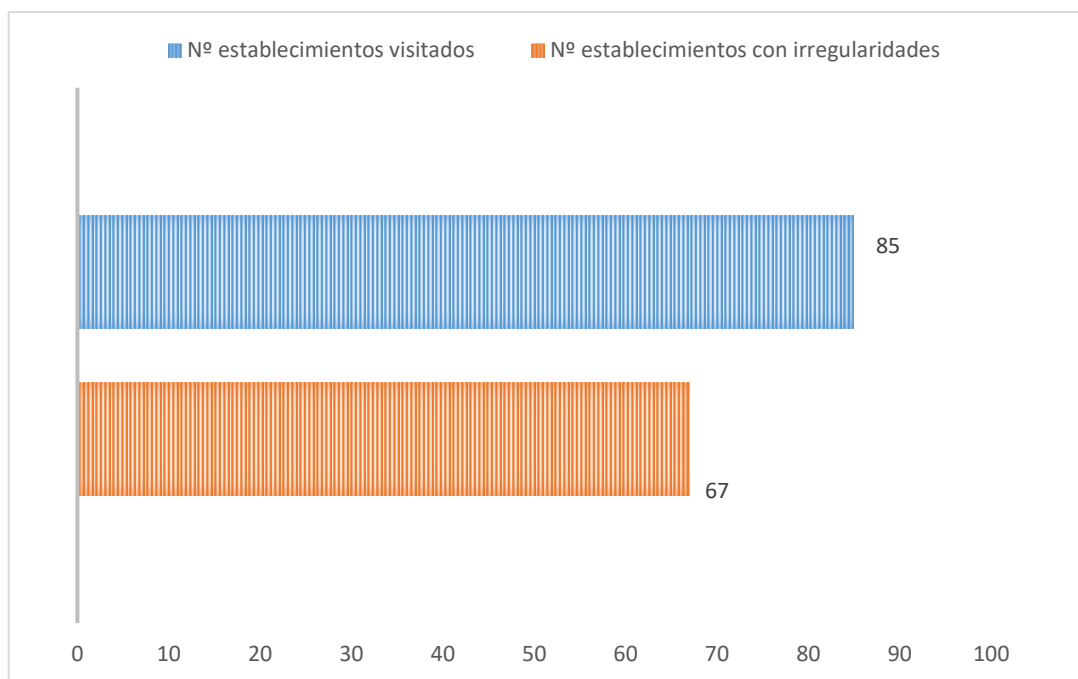
104 (16,1%)

ETIQUETADO PRODUCTO CONSTRUCCION	%SI	%NO
Existe etiquetado.	93,2	6,8
En el etiquetado se incluye la siguiente información: -Nombre o denominación comercial del producto.	98,8	1,2
-Nombre, nombre comercial registrado o marca registrada del fabricante.	98,5	1,5
-Dirección de contacto del fabricante.	98,2	1,8
-Instrucciones de uso.	99,1	0,9
-Contenido neto (unidad de masa o volumen, o nº de unidades).	95,0	5,0
-Información de seguridad.	97,3	2,7
Figura el marcado CE.	88,6	11,4
Se retira el producto de la venta por no figurar el marcado CE.	17,8	82,2
El etiquetado figura con caracteres visibles, indelebles y legibles.	99,4	0,6
El etiquetado figura en castellano.	99,7	0,3
El artículo presenta alguna deficiencia en cuanto al etiquetado.	16,1	83,9

Análisis de los datos de la campaña

a) CONTROL DE ESTABLECIMIENTOS

Los datos generales de la campaña reflejan la realización de 85 inspecciones, en las que se han detectado irregularidades en 67 casos, lo que pone de manifiesto una elevada incidencia de incumplimientos.

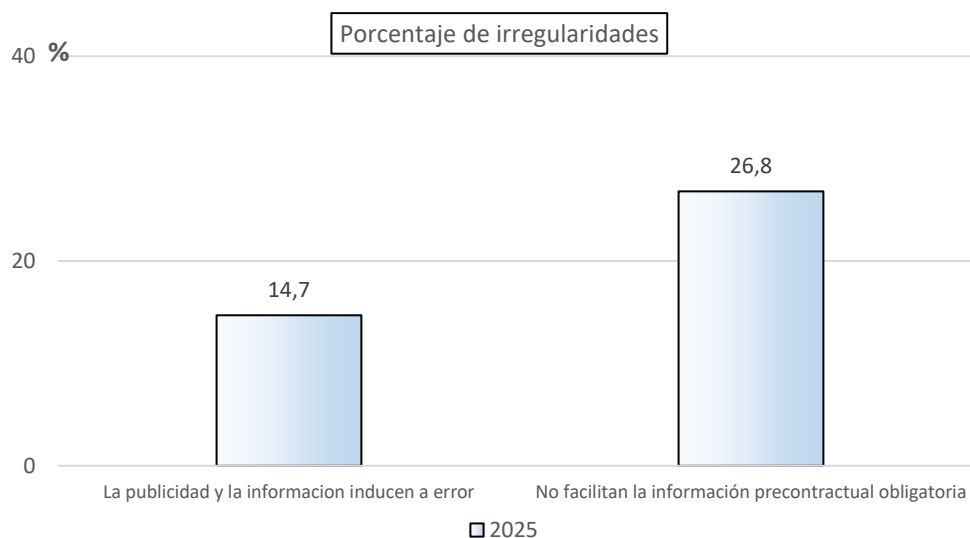


Los resultados más significativos se presentan a continuación, estructurados por módulos.

INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD

En este módulo las infracciones más destacadas fueron las siguientes:

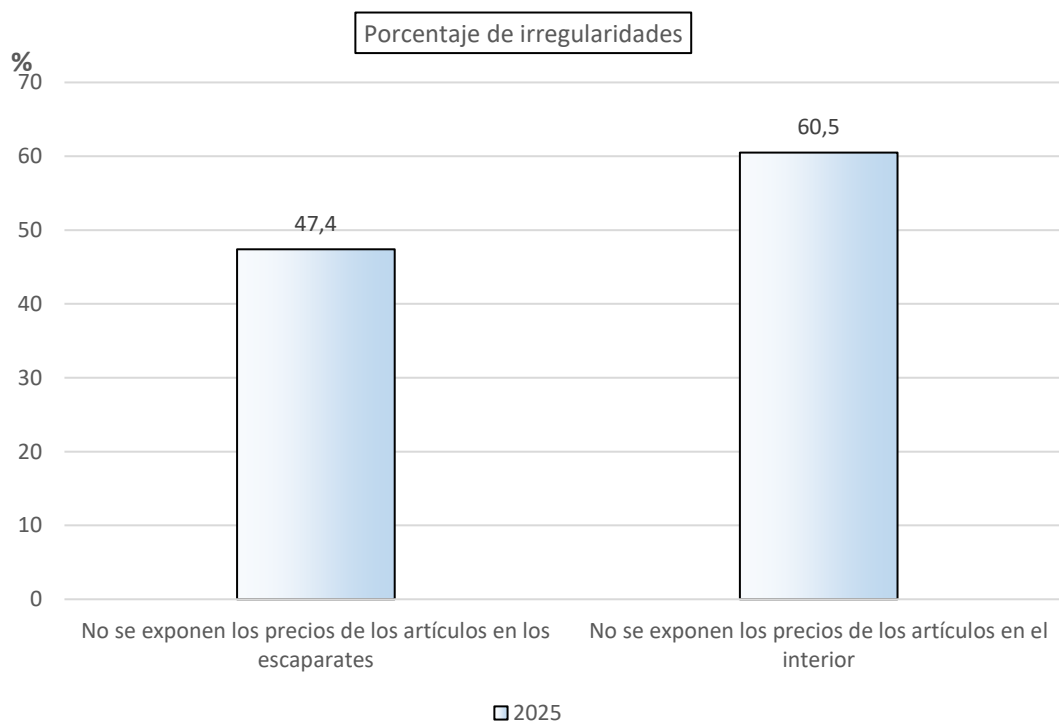
- El 14,7 % de los casos comprobados presentan información que induce a error.
- En el 26,8 % de dichos establecimientos no se facilita la información precontractual obligatoria.



EXHIBICIÓN DE PRECIOS

Los datos más significativos en este apartado son los siguientes:

- En el 47,4 % de los casos no se expone de forma visible el precio de venta al público (PVP) en los artículos del escaparate.
- En el 60,5 % de los casos no se expone de forma visible el PVP en los artículos expuestos para su venta en el interior del establecimiento.



DOCUMENTO JUSTIFICATIVO DE COMPRA

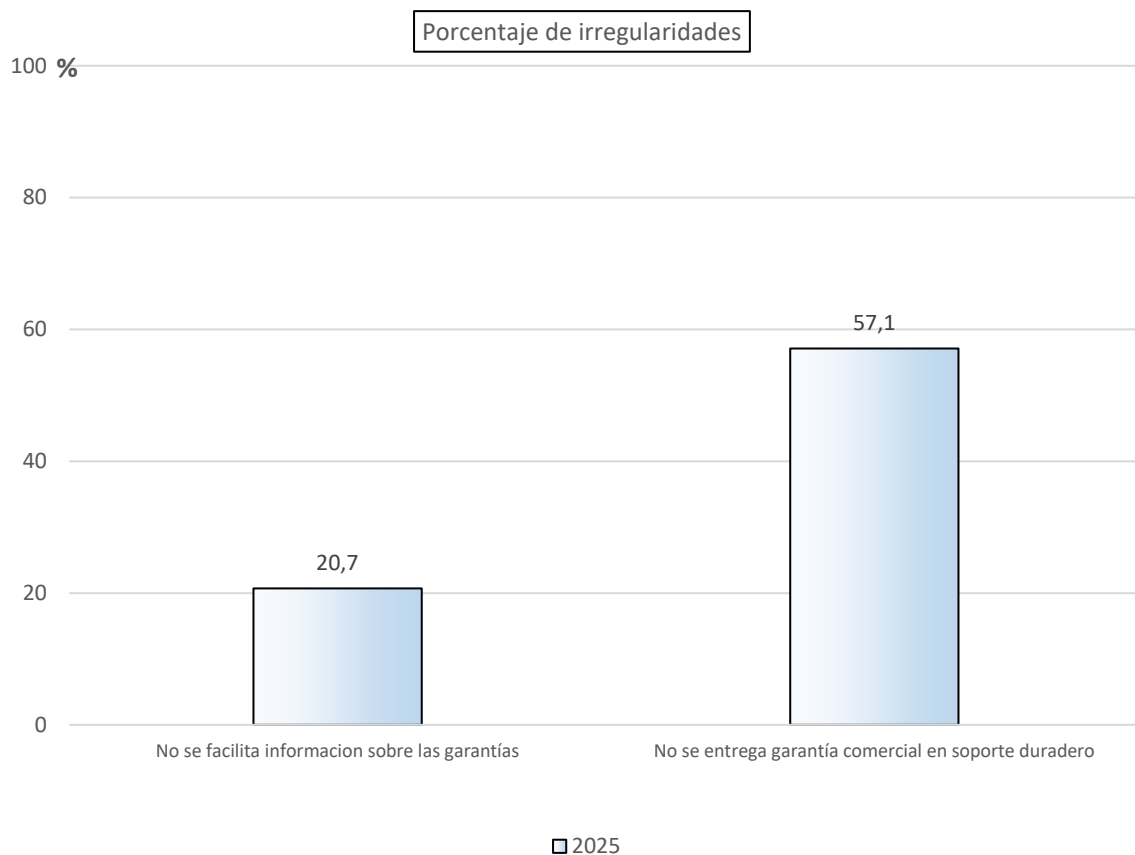
En el 1,2 % de los casos no se entrega documento justificativo del pago efectuado. En aquellos supuestos en los que sí se facilita, las deficiencias detectadas han sido las siguientes:

- En el 6,2 % de los justificantes no consta la identidad personal o social y fiscal de la persona proveedora.
- En el 2,5 % no figura el concepto por el que se realiza la compra.
- En el 23,2 % de los justificantes no se informa del derecho de desistimiento, en aquellos casos en los que este procede.

GARANTÍAS

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

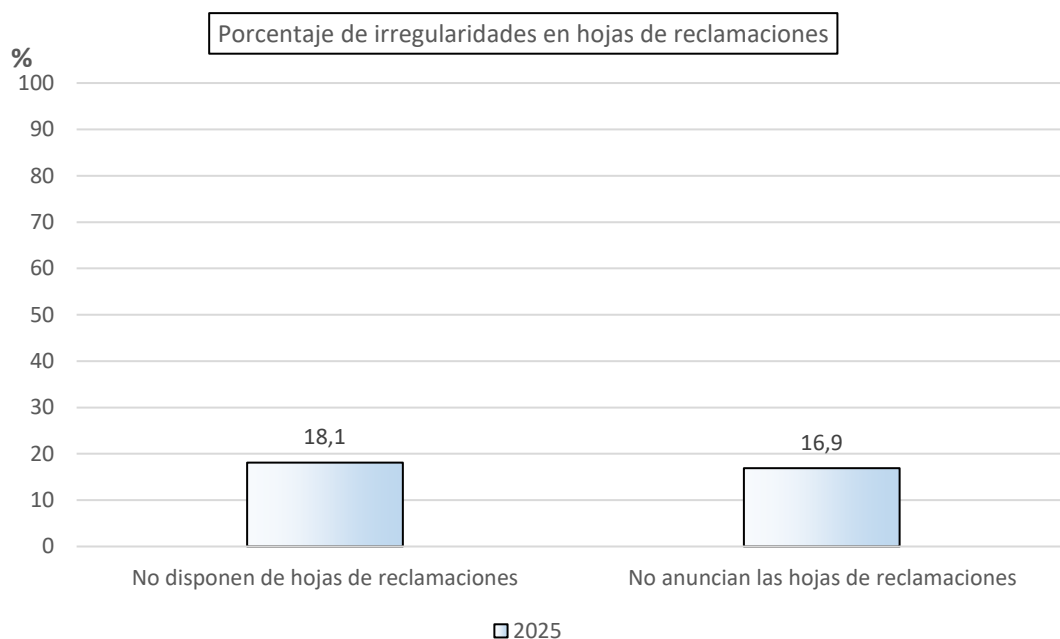
- En el 20,7 % de los casos no se facilita, con carácter previo a la compra, información sobre las garantías (recordatorio de la garantía legal y garantías comerciales) de los artículos; en los supuestos en los que sí se proporciona dicha información, esta resulta incorrecta en el 17,8 % de los casos.
- En el 57,1 % de los casos no se entrega la garantía comercial en un soporte duradero y, cuando sí se facilita, no está correctamente cumplimentada en el 18,2 % de los casos.



HOJAS DE RECLAMACIONES

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

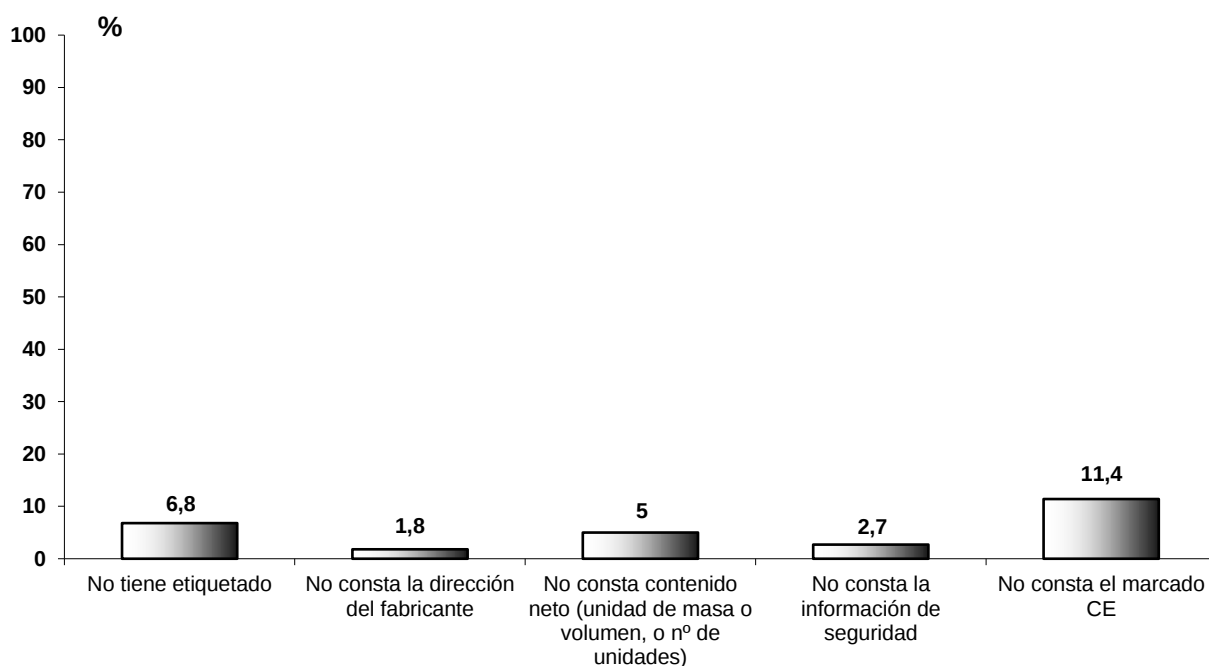
- En el 16,9 % de los casos no se anuncia, mediante cartel ajustado al modelo oficial, la existencia de hojas de reclamaciones..
- El 18,1% de las empresas no dispone de hojas de reclamaciones.



b) CONTROL DE PRODUCTOS

En relación con el control del etiquetado de productos durante la campaña, se han revisado un total de 646 artículos, de los cuales 104 presentaban irregularidades, lo que supone un 16,1 % del total.

Las irregularidades más relevantes detectadas en el etiquetado se recogen en el siguiente gráfico:



Conclusiones

Los datos recopilados muestran que, tras la primera visita de inspección, el nivel de incumplimientos en los establecimientos es elevado, alcanzando el 78,8 %. No obstante, pese a este alto porcentaje inicial, las visitas de comprobación de subsanación resultan eficaces: las deficiencias se corrigen en 62 casos, lo que reduce el porcentaje final hasta el 5,8 %.