

Plan de Inspección de Consumo 2025

Evaluación de la Campaña de Inspección y Control de Venta de
Productos de Segunda Mano 2025



EVALUACIÓN DE LA CAMPAÑA DE INSPECCIÓN Y CONTROL DE VENTA DE PRODUCTOS DE SEGUNDA MANO 2025

Introducción

La presente campaña tiene como precedentes las campañas realizadas en los años 2013 y 2014. En aquellas ocasiones se registró un elevado nivel de irregularidades que se situaron en el entorno del 67%. Los puntos destacados en aquella ocasión fueron el incumplimiento en los plazos de las garantías y la falta de parte de la información obligatoria que debe acompañar a los productos ofertados.

Objetivos

Los objetivos de la presente campaña son los siguientes:

- Verificar el cumplimiento de las obligaciones documentales de los establecimientos.
- 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 a 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 en los establecimientos inspeccionados.

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

- 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.

Ejecución de la campaña

La Campaña de Inspección y Control de Venta de Productos de Segunda Mano 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 69 inspecciones, detectándose irregularidades en 51 casos, lo que representa un porcentaje global de incumplimiento del 73,9%.

Tras las correspondientes visitas de comprobación, las deficiencias fueron subsanadas en 48 establecimientos, de modo que únicamente 3 mantuvieron irregularidades, lo que supone el 4,3% del total de establecimientos controlados.

RESULTADOS CONTROL DE ESTABLECIMIENTOS DE SEGUNDA MANO

INSPECCIONES PRIMERA VISITA

69

ESTABLECIMIENTOS CON IRREGULARIDADES

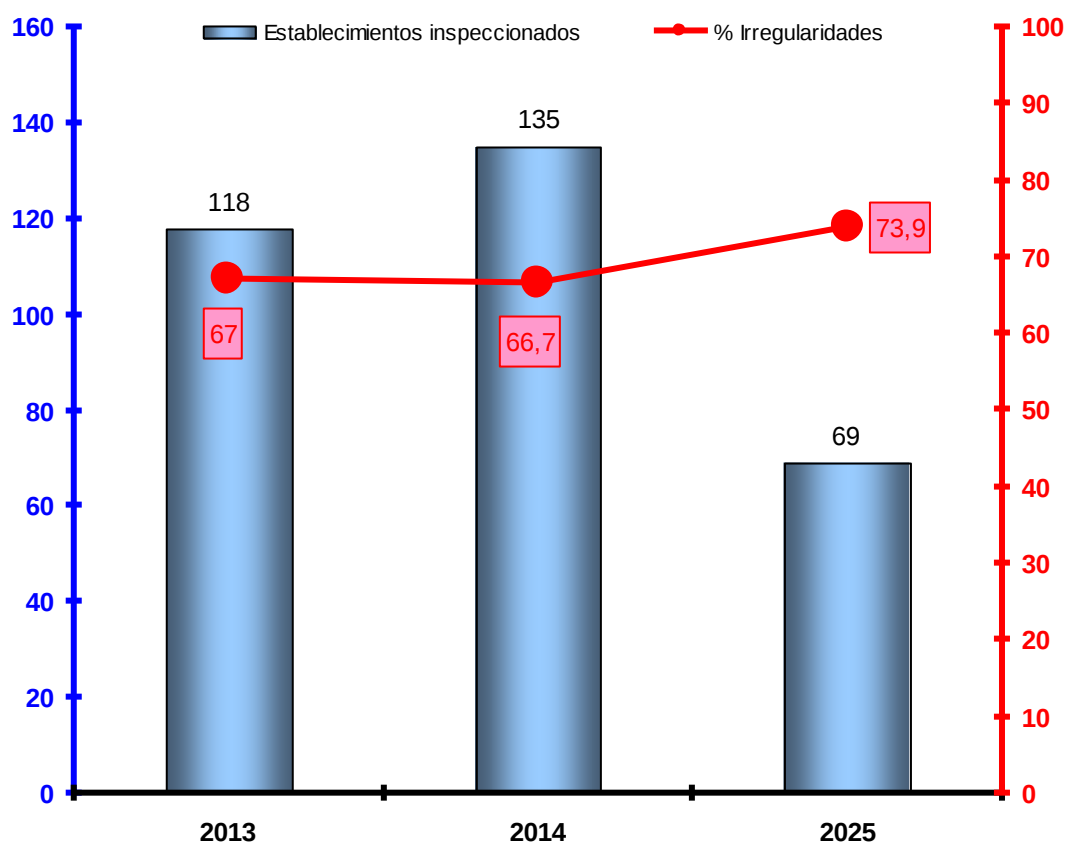
51 (73,9%)

INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD	%SI	%NO
La publicidad y la información exhibida induce a error o engaño al consumidor	22,0	78,0
Facilitan la información precontractual obligatoria en su caso	84,9	15,1
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=56)	69,6	30,4
Expone de forma visible el PVP de los artículos en el interior del establecimiento	71,2	28,8
DOCUMENTO JUSTIFICATIVO DE LA COMPRA	%SI	%NO
Se entrega factura o recibo acreditativo del pago efectuado	98,5	1,5
Consta en los documentos anteriores:	100,0	0,0
-número y en su caso serie		
-la identidad personal o social y NIF del proveedor	94,0	6,0
-la cantidad abonada	98,5	1,5
-tipo impositivo aplicado y opcionalmente IVA incluido	91,0	9,0
-el concepto	97,0	3,0
-la fecha	100,0	0,0
-en su caso, se informa sobre el derecho de desistimiento, indicando sus plazos, condiciones y posibles limitaciones (n=49)	95,9	4,1
Existen cláusulas abusivas en este documento	12,7	87,3
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	92,4	7,6
La información anterior es correcta	86,4	13,6
Se entrega garantía comercial en un soporte duradero (n=7)	85,7	14,3
La garantía comercial está correctamente cumplimentada	66,7	33,3
HOJAS DE RECLAMACIONES	%SI	%NO
Tienen a disposición de los consumidores hojas de reclamaciones	68,2	31,8
Anuncia mediante cartel ajustado al modelo oficial la existencia de las hojas de reclamaciones de modo permanente y perfectamente visible al público	80,3	19,7

Análisis de los datos de la campaña

Los datos generales de la campaña reflejan que, durante la realización de las 69 inspecciones iniciales, se detectaron irregularidades en 51 casos, lo que pone de manifiesto una elevada incidencia de incumplimientos en los establecimientos inspeccionados.

La comparación de estos resultados con los obtenidos en las campañas de los años 2013 y 2014 se recoge en los siguientes gráficos*:

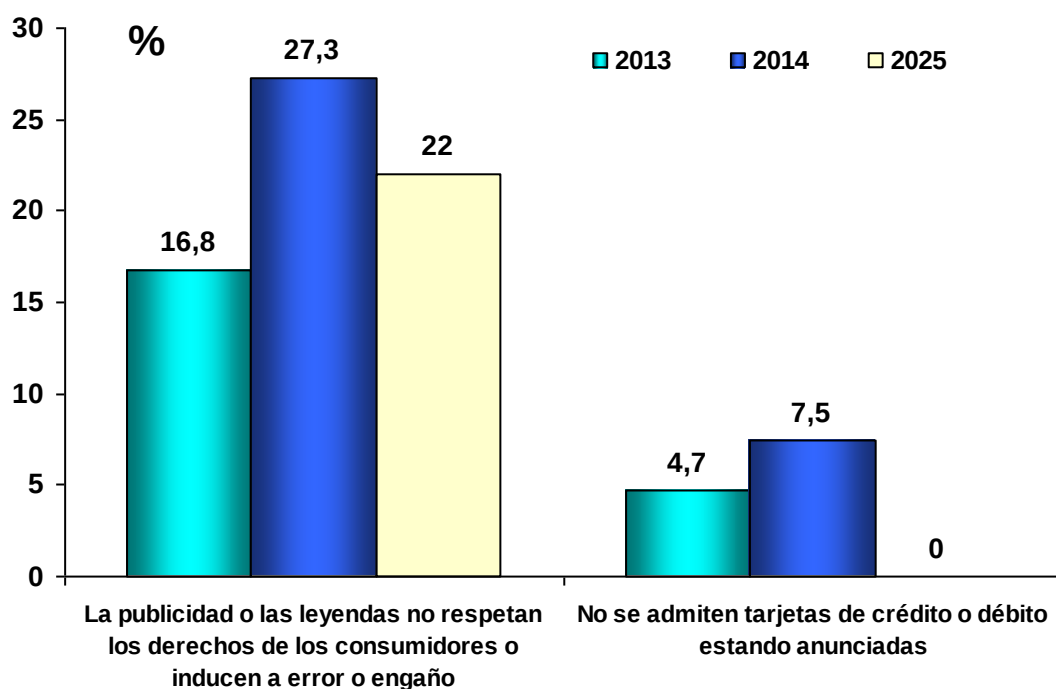


Los resultados más significativos se presentan a continuación, estructurados por módulos.

INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD

En la presente campaña, en aquellos casos en los que se exhibe publicidad o leyendas, estas no respetan los derechos de los consumidores o resultan susceptibles de inducirles a error o engaño en el 22,0% de los casos, lo que supone una mejora respecto al 27,3% registrado en la campaña de 2014.

En lo relativo a la admisión de tarjetas de crédito o débito cuando esta se anuncia, en la presente campaña se han admitido en la totalidad de los casos, reduciéndose al 0% los supuestos de inadmisión.

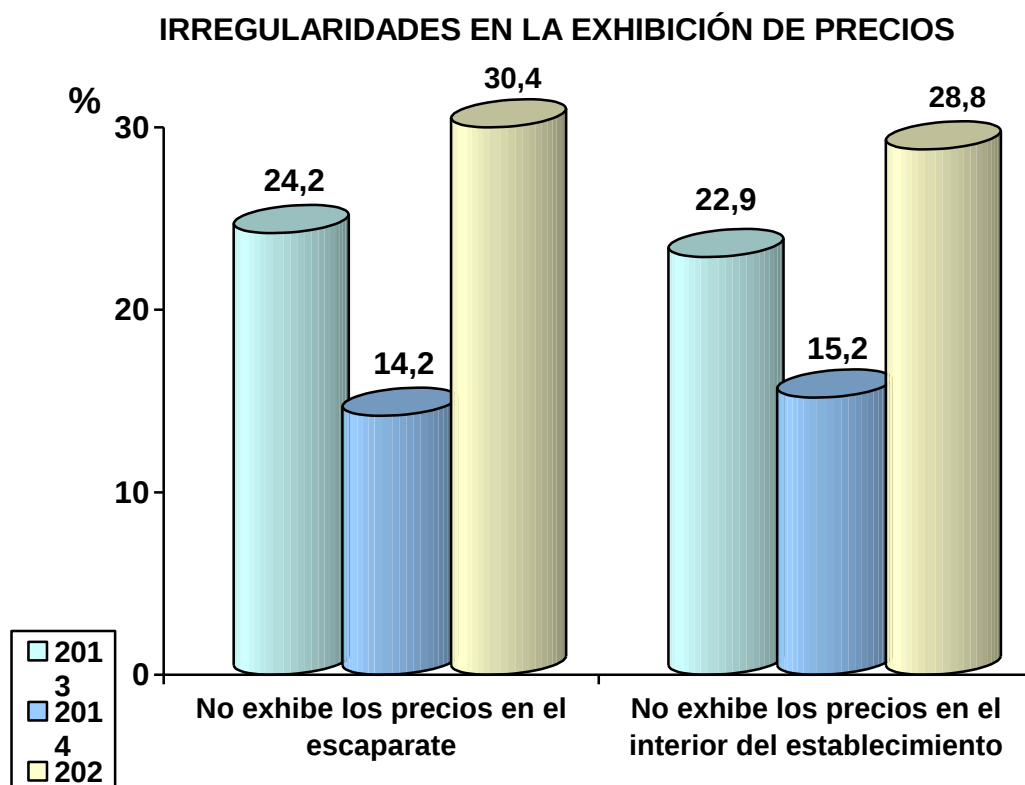


EXHIBICIÓN DE PRECIOS

En el 30,4 % de los establecimientos con escaparate en los que se exhibían artículos para su venta, estos no indicaban su precio de ninguna forma.

En cuanto a los artículos expuestos en el interior de los establecimientos, en el 28,8% de los casos no se mostraba el precio correspondiente.

Aunque los valores obtenidos en la campaña de 2013 ya eran elevados, los registrados en la campaña de 2014 supusieron una notable mejoría. No obstante, los datos obtenidos en el año 2025 reflejan un claro empeoramiento en comparación con los de la campaña anterior, circunstancia que puede apreciarse de forma evidente en el siguiente gráfico comparativo:



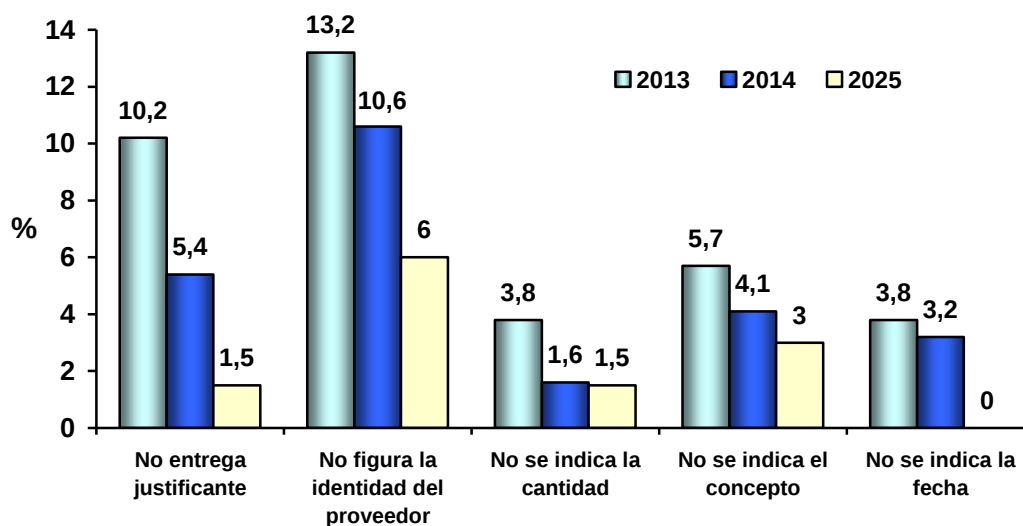
DOCUMENTO JUSTIFICATIVO DE LA COMPRA

No entregan documento justificativo del pago efectuado en un 1,5% de los establecimientos.

Los justificantes de compra entregados presentan las siguientes irregularidades:

- El 6% de los justificantes no indica la identidad del proveedor.
- En el 1,5% no figura la cantidad abonada.
- El concepto no aparece en el 3% de los casos.
- La omisión de la fecha se ha reducido al 0%.

El análisis comparativo de estos datos con los obtenidos en las campañas de 2013 y 2014 muestra una mejora en todos los aspectos controlados, tal y como se refleja en el siguiente gráfico:



GARANTÍAS

En la presente campaña se ha constatado que en el 92,4% de los establecimientos se informa sobre la garantía de los productos.

A este respecto, el artículo 120.1 del texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias establece que:

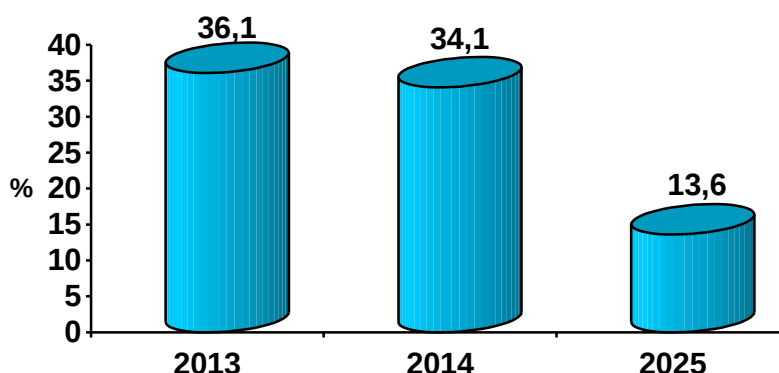
"En el caso de contrato de compraventa de bienes o de suministro de contenidos o servicios digitales suministrados en un acto único o en una serie de actos individuales, el empresario será responsable de las faltas de conformidad que existan en el momento de la entrega o del suministro y se manifiesten en un plazo de tres años desde la entrega en el caso de bienes o de dos años en el caso de contenidos o servicios digitales, sin perjuicio de lo dispuesto en el artículo 115 ter, apartado 2, letras a) y b).

En los bienes de segunda mano, el empresario y el consumidor o usuario podrán pactar un plazo menor al indicado en el párrafo anterior, que no podrá ser inferior a un año desde la entrega."

En consecuencia, en ausencia de pacto expreso, el plazo de garantía aplicable será de tres años. La indicación unilateral por parte del empresario de un plazo de garantía de un año, sin que medie acuerdo con la persona consumidora, constituye una irregularidad.

Esta circunstancia se ha detectado en el 13,6 % de los casos, configurándose como una de las irregularidades más significativas de la campaña. No obstante, supone una mejora de 20 puntos porcentuales respecto a la campaña anterior (2014), en la que este porcentaje alcanzó el 34,1 %.

**LA GARANTÍA INCUMPLE EL PLAZO
BIENES DE 2ª MANO**

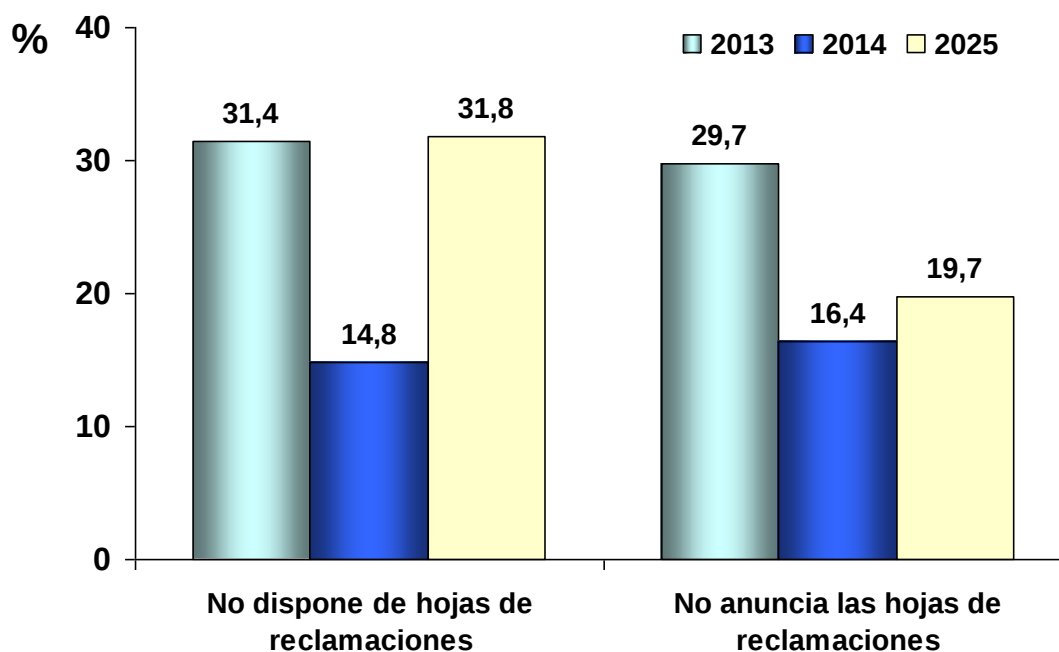


HOJAS DE RECLAMACIONES

No disponen de hojas de reclamaciones en el 31,8% de los establecimientos controlados, lo que supone un notable aumento con respecto a la campaña de 2014.

En cuanto al anuncio de estas, en el 19,7% de los locales no se anuncia la existencia de hojas de reclamaciones mediante el cartel oficial de modo permanente y perfectamente visible, lo que supone también un ligero aumento con respecto a la campaña de 2014.

El gráfico comparativo muestra lo siguiente:



Conclusiones

Como conclusión, cabe señalar que se mantiene un elevado porcentaje de incumplimiento global, que ha pasado del 66,7 % en 2014 al 73,9 % en 2025.

Si bien se ha observado una mejora en la mayoría de los aspectos controlados, los ámbitos en los que se ha producido un incremento de irregularidades respecto a la campaña anterior son los relativos a la exhibición de precios y a la disponibilidad y anuncio de hojas de reclamaciones.

Por otro lado, destaca especialmente la mejora significativa en el cumplimiento de los plazos de las garantías.