

Plan de Inspección de Consumo 2025

Evaluación de la Campaña de Inspección y Control de Peluquerías
2025



EVALUACIÓN DE LA CAMPAÑA DE INSPECCIÓN Y CONTROL DE PELUQUERÍAS 2025

Introducción

Desde el año 2018 no se realiza un control de peluquerías. En aquel año se controlaron 1.197 establecimientos en primera vuelta de los cuales 881 presentaban alguna irregularidad con respecto al cumplimiento de la normativa, lo que supone en términos relativos el 73,6% de los establecimientos controlados. Esta campaña se programa con objeto de comprobar el estado actual del sector.

Objetivos

La presente campaña tiene como objetivos de control en el municipio de Madrid:

- La protección del derecho a la información que tienen reconocido por Ley los consumidores en relación con la actividad desarrollada en los establecimientos de peluquería.
- La comprobación del cumplimiento de la normativa general en lo relativo a la exhibición de precios, y de anuncio y tenencia de hojas de reclamaciones.
- El respeto de los derechos económicos de los consumidores.
- Y, en general, comprobar que se cumple con lo dispuesto en la normativa vigente.

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

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 Peluquerías 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 de la capital.

Se han realizado un total de 1.539 inspecciones, detectándose irregularidades en 1.243 de ellas, lo que representa el 80,8% del total.

Tras las correspondientes visitas de comprobación, únicamente 264 mantuvieron irregularidades, lo que supone el 17,2% del total de establecimientos controlados.

En relación con el etiquetado, de los 318 artículos inspeccionados, 17 presentaban irregularidades, lo que equivale al 5,3% en términos porcentuales.

RESULTADOS CONTROL DE PELUQUERÍAS

INSPECCIONES PRIMERA VISITA	1.539
ESTABLECIMIENTOS CON IRREGULARIDADES	1.243 (80,8%)

INFORMACIÓN, PUBLICIDAD Y PRECIOS	%SI	%NO
La publicidad y las cláusulas inducen a error al consumidor	20,3	79,7
Se admiten tarjetas de crédito o débito estando anunciadas (n=1.067)	95,7	4,3
Expone mediante un cartel la información sobre el precio de todos los servicios que oferta	50,8	49,2
Expone de forma visible el PVP en los artículos expuestos en el escaparate (n=291)	43,0	57,0
Expone de forma visible el PVP de los artículos en el interior del establecimiento (n=815)	36,4	63,6
DOCUMENTO JUSTIFICATIVO DE LA COMPRA	%SI	%NO
Se entrega factura o recibo acreditativo del pago efectuado	61,6	38,4
Consta en los documentos anteriores (n=948):		
- número y, en su caso, serie	82,2	17,8
- la identidad personal o social y NIF del proveedor	65,8	34,2
- la cantidad abonada	86,0	14,0
- tipo impositivo aplicado y opcionalmente IVA incluido	80,8	19,2
- el concepto	79,8	20,2
- la fecha	84,9	15,1
HOJAS DE RECLAMACIONES	%SI	%NO
Tienen a disposición de los consumidores hojas de reclamaciones	71,0	29,0
Anuncian mediante cartel ajustado al modelo oficial la existencia de hojas de reclamaciones de modo permanente y perfectamente visible al público	74,2	25,8

RESULTADOS CONTROL DE PRODUCTOS DE PELUQUERÍA

PRODUCTOS CONTROLADOS	318
PRODUCTOS CON IRREGULARIDADES	17 (5,3%)

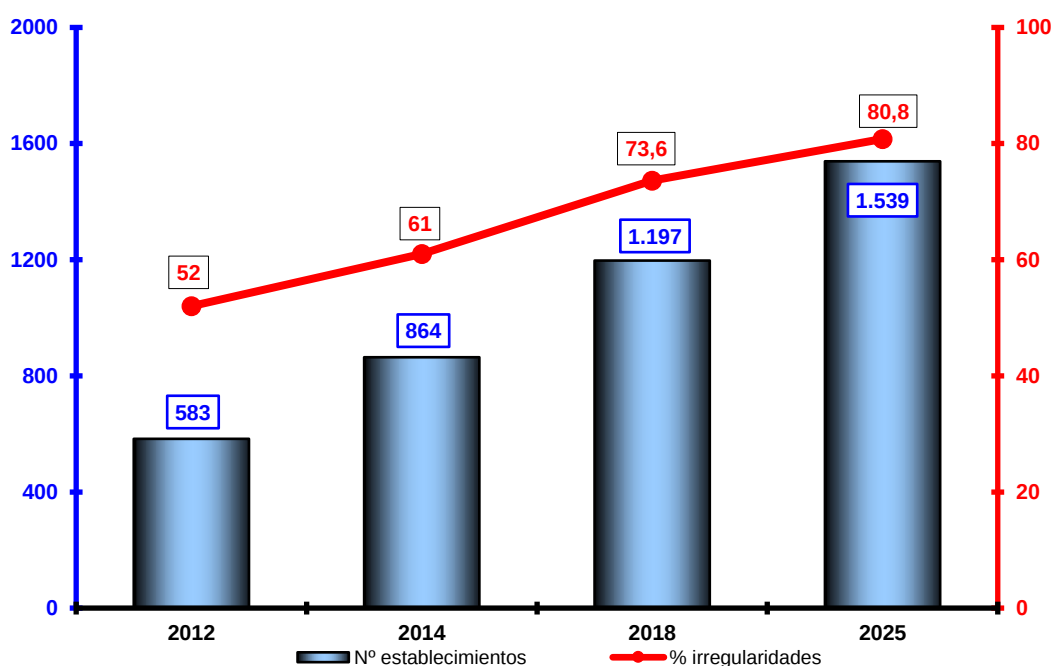
ETIQUETADO PRODUCTO INDUSTRIAL	%SI	%NO
Existe etiquetado	98,7	1,3
En el etiquetado figura:		
-Nombre o denominación del producto (salvo que el mismo sea plenamente identificable)	100,0	0,0
-Nombre o razón social del fabricante, envasador o vendedor establecido en la Unión Europea	99,4	0,6
-Domicilio del fabricante, envasador o vendedor	100,0	0,0
-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=202)	100,0	0,0
-Plazo recomendado de uso, si con el tiempo pierde alguna cualidad (n=163)	99,4	0,6
-Contenido neto (unidad de masa o volumen, o número de unidades) (n=233)	100,0	0,0
-Características esenciales del producto, instrucciones, advertencias, recomendaciones de uso, manejo, instalación o mantenimiento (n=279)	99,6	0,4
-Potencia máxima (si utilizan energía eléctrica para su funcionamiento) (n=114)	99,1	0,9
-Tensión de alimentación (si utilizan energía eléctrica para su funcionamiento) (n=114)	99,1	0,9
El etiquetado figura con caracteres visibles, indelebles y legibles	99,0	1,0
El etiquetado figura en castellano	98,7	1,3

Análisis de los datos de la campaña

1. INSPECCIONES

Los datos generales de la campaña reflejan que, durante la realización de las 1.539 inspecciones iniciales, se detectaron irregularidades en 1.243 casos (80,8%).

Esta campaña se realizó anteriormente en los años 2012, 2014 y 2018. Los resultados de aquellas campañas se van a comparar con los recogidos en la presente edición:



En esta última campaña el nivel de irregularidades aumentó con respecto a la del año anterior. Por otro lado, tras la visita de comprobación de subsanación de deficiencias, el porcentaje inicial del 80,8% se redujo considerablemente hasta quedar finalmente en el 17,2%.

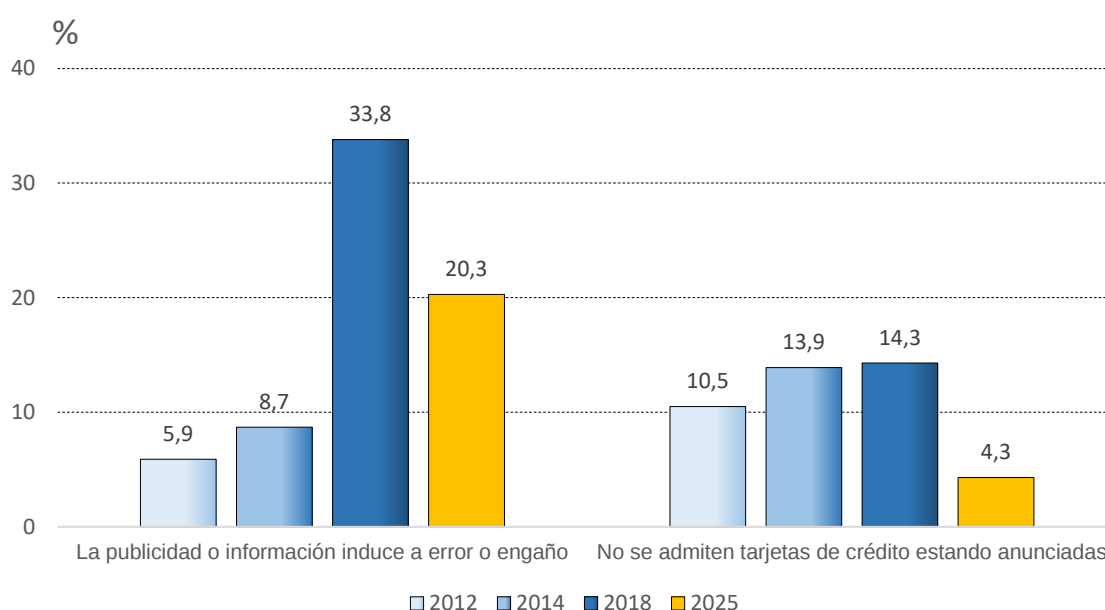
Los resultados más significativos se detallan por módulos a continuación:

INFORMACIÓN, PUBLICIDAD Y PRECIOS

En este módulo, las infracciones detectadas son:

- Se exhibe publicidad que puede inducir a error al consumidor en el 20,3% de los establecimientos.
- No se admiten tarjetas de crédito estando anunciadas en el 4,3% de los casos.

Los datos comparados de las últimas campañas son:

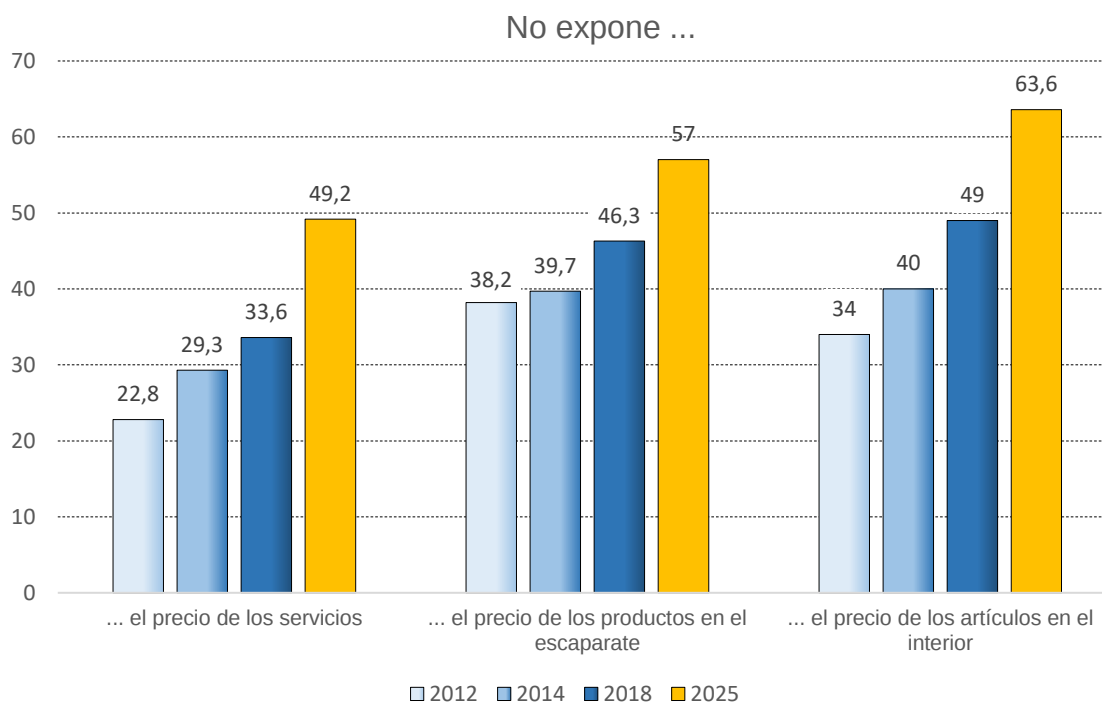


Como se observa en el gráfico, en esta última campaña se aprecia un descenso en el porcentaje de irregularidades.

Por otro lado, en cuanto a la exhibición de precios, las deficiencias detectadas son:

- En el 49,2% de los establecimientos no se expone el precio de la totalidad de los servicios que prestan.
- En el 57,0% de los casos no se exhibía el precio de los artículos expuestos en el escaparate cuando se daba esta circunstancia.
- En el 63,6% de los casos no se exhibía el precio de los artículos expuestos en el interior.

Los datos de los incumplimientos de las últimas campañas son:



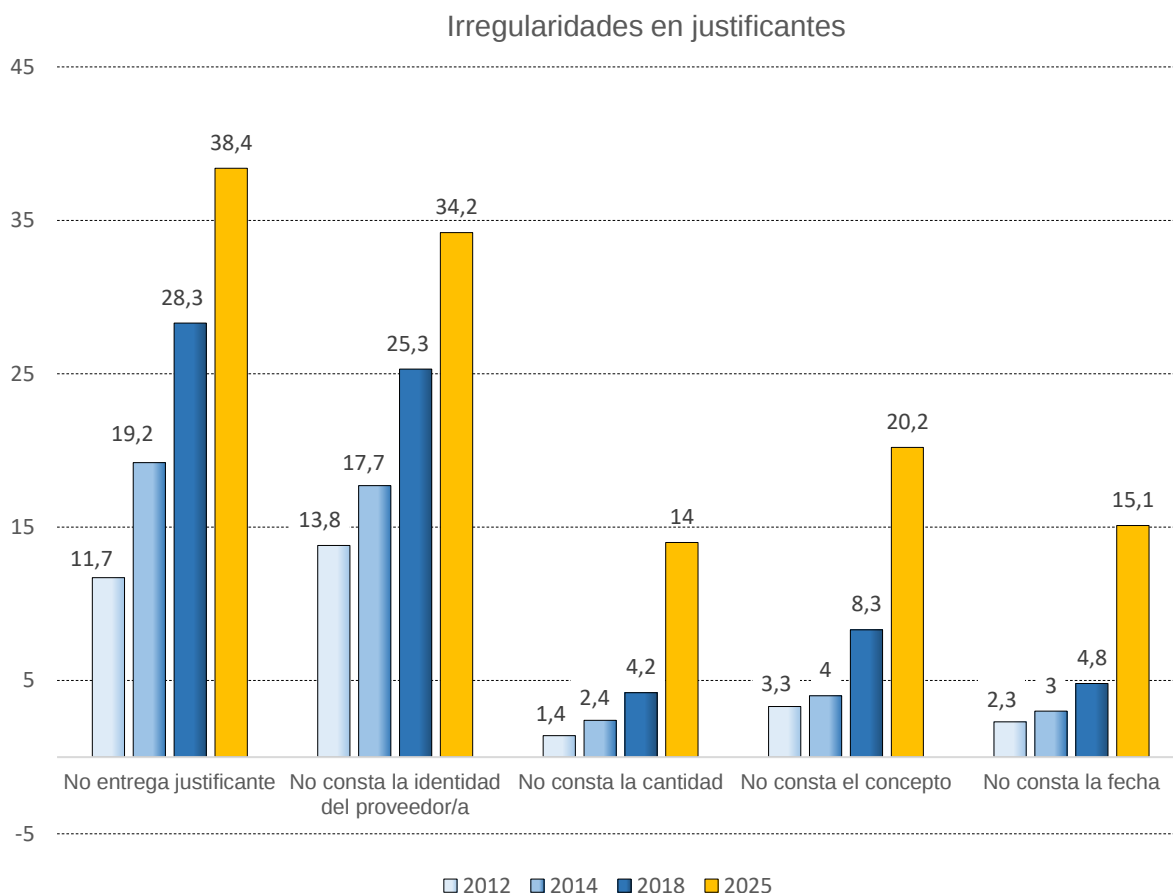
Los datos obtenidos en el año 2025 suponen un claro aumento de los porcentajes de incumplimiento si se comparan con los obtenidos en la campaña anterior, afirmación que puede corroborarse de la simple observación de este gráfico.

DOCUMENTO JUSTIFICATIVO DE LA COMPRA

Las infracciones más significativas detectadas en este apartado son:

- En el 38,4% de los casos no se entrega justificante.
- Al 34,2% de los justificantes le faltan los datos que identifican al/a la proveedor/a.
- En el 14,0% no figura la cantidad abonada.
- El concepto no aparece en el 20,2%.
- Falta la fecha en el 15,1% de los casos.

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



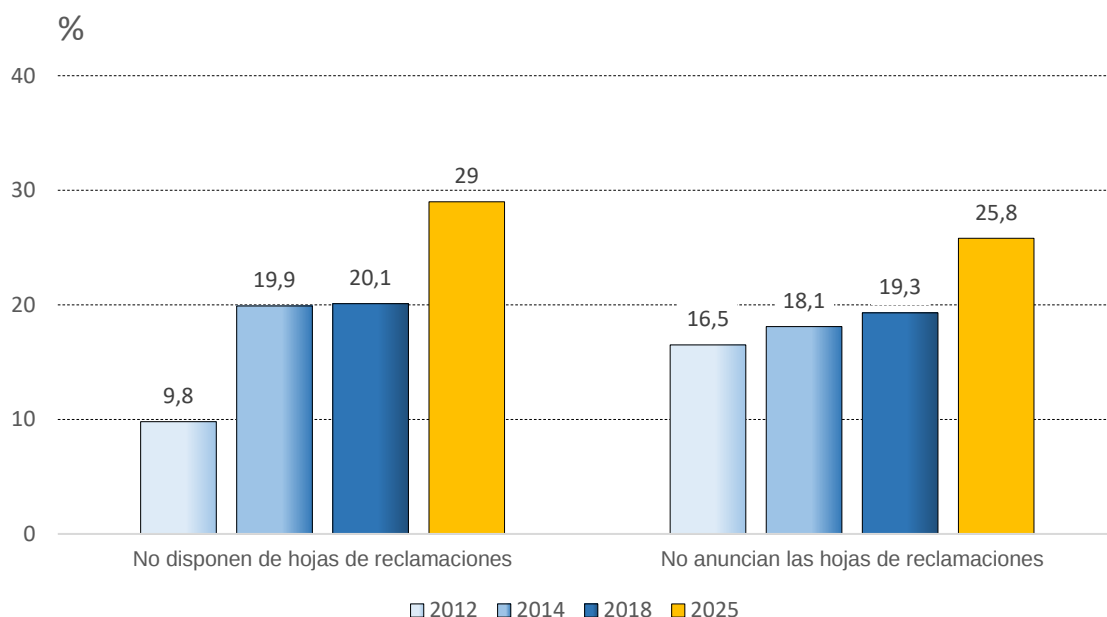
Por su parte, el presente gráfico también muestra un notable aumento de este tipo de irregularidades durante la campaña de 2025 con respecto a la de 2018.

HOJAS DE RECLAMACIONES

- En el 29,0% de los casos no disponen de hojas de reclamaciones a disposición del público.
- En el 25,8% de los casos no se anunciaba la existencias de las hojas de reclamaciones.

En ambos casos supone un aumento en relación con la campaña anterior.

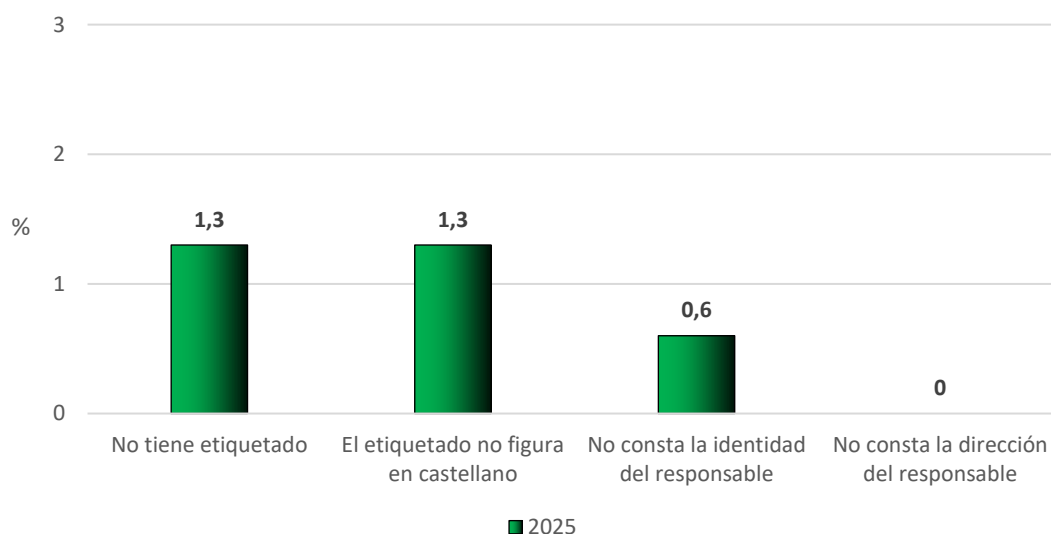
Los datos comparados son:



2. CONTROL DE PRODUCTOS

En relación con el control del etiquetado de productos, durante la campaña se han revisado un total de 318 artículos, de los cuales 17 presentaban irregularidades, lo que supone un 5,3% del total.

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



Conclusiones

Los datos recopilados reflejan que, tras la primera visita de inspección, el porcentaje de establecimientos con incumplimientos detectados es elevado, situándose en el 80,8 %. No obstante, las actuaciones de seguimiento y comprobación de la subsanación han resultado eficaces, reduciendo dicho porcentaje hasta el 17,2 %.

En relación con el control del etiquetado de los productos, los resultados obtenidos muestran una muy baja tasa de incumplimientos, lo que pone de manifiesto un elevado grado de adecuación a la normativa vigente.