

MEMORIA GENERAL DE ACTUACIONES EN MATERIA DE CONSUMO AÑO 2021



Instituto Municipal de Consumo

CONTENIDO

Preámbulo	3
Línea de acción I	5
Información y atención en materia de consumo	5
1.1 Atención en la Oficina Municipal de Información al Consumidor (OMIC)	5
1.2 Actividades desarrolladas por la Junta Arbitral de Consumo del Ayuntamiento de Madrid	21
Línea de acción II	28
Formación sobre consumo	28
2.1 Programa de formación en consumo	28
2.3 Formación para empresarios	34
2.4 Formación interna. Cursos específicos sobre consumo	35
2.5 Resumen de actividades de formación	36
Línea de acción III	37
Códigos de buenas prácticas para los sectores empresariales	37
Línea de acción IV	40
Investigación y control del mercado	40
4.1 Programa de investigación	40
4.2 Actividades de inspección	41
4.3 Actuaciones sancionadoras y medidas preventivas	45
Línea de acción V	48
Divulgación y comunicación sobre consumo	48
5.1 Elaboración de material divulgativo	49
5.2 Actualización del contenido del espacio Web corporativo sobre consumo	53
5.3 Página web corporativa “madrideseconomía”	56
5.4 Redes sociales del Instituto Municipal de Consumo	56
5.5 Campañas, actos y eventos de comunicación sobre consumo	57
Línea de acción VI	61
Participación, colaboración y coordinación en consumo	61
6.1 Coordinación y colaboración interadministrativa	61
6.2 Participación ciudadana en consumo	68
Línea de acción VII	72

Fomento del consumo responsable	72
7.1 Madrid, Ciudad por el Comercio Justo	72
7.2 Actuaciones en materia de consumo sostenible	75
Línea de acción VIII	78
Transparencia y calidad en la actuación municipal	78
8.1 Publicidad activa.....	78
8.3 Portal de datos abiertos	79
8.4 Protección de datos personales	80
8.5 Carta de Servicios de la OMIC.....	81
8.6 Sistema de Calidad conforme a la Norma UNE EN ISO 9001-2015 del Servicio de Inspección de Consumo.....	83
Línea de acción IX	86
Actividad administrativa y ejecución presupuestaria	86
9.1 Actividad administrativa	86
9.2 Ejecución presupuestaria	92

Preámbulo

La actividad anual desarrollada por el Instituto Municipal de Consumo es el resultado del ejercicio de las competencias delegadas por el Acuerdo de la Junta de Gobierno de la Ciudad de Madrid, de organización y competencias del Área de Gobierno de Economía, Innovación y Empleo, de 27 de junio de 2019, que son compartidas con los distritos, en lo que se refiere a la actividad de la Oficina Municipal de Información al Consumidor (OMIC) y a la función inspectora.

Se desarrolla en los planos de la información y atención personalizada a las personas consumidoras, la gestión de sus reclamaciones y denuncias, la inspección y el control del mercado, la formación sobre consumo, el arbitraje de consumo, el establecimiento de acuerdos voluntarios en forma de Códigos de Buenas Prácticas sectoriales y la promoción de la adhesión de las empresas, la cooperación con las asociaciones de consumidores y organizaciones empresariales para la consecución de fines de interés público, así como la promoción de un modelo de consumo responsable e informado y del Comercio Justo.

Los servicios de consumo están orientados a la atención a la ciudadanía para la protección de sus derechos en materia de consumo. La persistencia de la pandemia ha hecho necesario el mantenimiento de los canales de comunicación telemática establecidos en 2020 en la OMIC y en la Junta Arbitral de Consumo, que han reemplazado en gran medida a la atención que anteriormente tenía carácter presencial, sin dejar de recurrir a esta en los casos que se ha demandado o que ha sido necesario por razones técnicas. Los datos que se recogen en este documento muestran la excelente acogida por parte de los ciudadanos que han tenido los nuevos modos de comunicación implantados, tanto en la atención personalizada telefónica con cita previa, como en el sistema telemático de consultas que sigue teniendo una demanda creciente.

Cabe destacar el esfuerzo puesto en hacer más ágil y extensa la divulgación en materia de consumo, lo que se pone de manifiesto a través de los numerosos materiales informativos desarrollados en 2021 y sus nuevos formatos, las campañas de comunicación desarrolladas, junto con la constante incorporación de nuevos contenidos a través de promocionales en la página web municipal y en la específica del Área de Gobierno de Economía, Innovación y Empleo, como espacios divulgativos de la actualidad de consumo y también del trabajo en las redes sociales propias.

Ejemplo de ello son la dedicación y rápida respuesta ante situaciones sobrevenidas como la borrasca “Filomena” al inicio del año, o la amplia información difundida sobre los cambios en la facturación de los suministros energéticos, las actividades destinadas a mejorar la educación financiera de los consumidores o la actualización permanente del espacio establecido en 2020 relativo a las medidas implantadas por el Gobierno, a consecuencia de la pandemia COVID-19.

Asimismo, la participación en proyectos europeos, la coordinación y cooperación con otros órganos municipales para el desarrollo de estrategias, planes e iniciativas transversales y la colaboración con los agentes económicos y sociales como las asociaciones de consumidores, las organizaciones empresariales, las instituciones públicas y entidades que trabajan en el campo del consumo, han sido y son esenciales para generar las sinergias necesarias para un desarrollo económico equilibrado, que toma conciencia del papel que desempeñan las actitudes y hábitos de consumo en la sociedad.

En este documento se resumen las actividades desarrolladas en 2021, las programadas y las que se han iniciado como novedad ante las demandas de la ciudadanía o por la propia evolución del mercado y se presentan estructuradas en las siguientes líneas de acción:

- I. Información y atención en materia de consumo
- II. Formación sobre consumo
- III. Códigos de Buenas Prácticas para los sectores empresariales
- IV. Investigación y control del mercado
- V. Divulgación y comunicación sobre consumo
- VI. Participación, colaboración y coordinación en consumo
- VII. Fomento del consumo responsable
- VIII. Transparencia y calidad en la actuación municipal
- IX. Actividad administrativa y ejecución presupuestaria.

Línea de acción I

Información y atención en materia de consumo

1.1 Atención en la Oficina Municipal de Información al Consumidor (OMIC)

La OMIC del Ayuntamiento de Madrid inició su actividad en octubre de 1983 y actualmente se estructura en una red de 22 oficinas: una Central y 21 oficinas distritales. Su compromiso con la ciudadanía madrileña se refleja en su Carta de Servicios, aprobada por la Junta de Gobierno de la Ciudad de Madrid el 8 de junio de 2008, que se ha ido evaluando con carácter anual y cuya certificación, conforme a la Norma UNE 93200: 2008, ha sido renovada en 2021.

La OMIC, a pesar de la continuidad de la pandemia y las restricciones por ella impuestas, ha mantenido la atención personalizada a las personas consumidoras, mediante los canales de atención telefónica con cita previa (y presencial en los casos en que así se ha requerido) y el sistema de consultas y solicitudes de información por correo electrónico establecido en los inicios de la pandemia y que ha tenido una amplia y extensa acogida por parte de la ciudadanía.

La OMIC en cifras en 2021

- ✓ **22** oficinas
- ✓ **17.536** expedientes tramitados
- ✓ **61,70%** de mediaciones positivas*
- ✓ **14.531** personas atendidas de forma personalizada con cita previa
- ✓ **11.943** consultas por correo electrónico respondidas de forma personalizada en la OMIC Central.
- ✓ **86,13%** de personas usuarias satisfechas con la orientación e información recibidas*
- ✓ **88,58 %** de personas usuarias satisfechas con el trato recibido*
- ✓ **100% de consultas** por correo electrónico respondidas en 5 días.
- ✓ **281** actualizaciones en web durante la pandemia para divulgación general

*datos procedentes de la evaluación de la carta de servicios 2021, realizada en febrero 2022

Expedientes registrados

En el ejercicio 2021 la OMIC registró en sus oficinas un total de **17.536** expedientes. En cuanto a la distribución de estos expedientes por su tipología, las cifras arrojan resultados similares a ejercicios anteriores; mayoritariamente (el 95,38%) fueron reclamaciones en las que había

de intentarse la intermediación con las empresas reclamadas, el 0,93% solicitudes de información, el 1,65% denuncias y el 2,04% quejas relativas a la actuación de las empresas proveedoras de bienes o servicios.

Expedientes tramitados por la OMIC de Madrid año 2021		
	N.º expedientes	Porcentaje
Reclamación	16.726	95,38%
Información	163	0,93%
Queja	358	2,04%
Denuncia	289	1,65%
Total	17.536	100%

El número de asuntos recibidos en el conjunto de las oficinas de la OMIC (17.536) es ligeramente superior a los registrados en el ejercicio anterior (17.390). Se han mantenido abiertas las vías de presentación por medio del portal de gestiones y trámites del Ayuntamiento de Madrid, por vía postal y a través del nuevo canal establecido de recepción de reclamaciones y denuncias por correo electrónico, quedando limitada, sin embargo, la posibilidad de presentación de documentación a través de las oficinas de registro que funcionaron durante el ejercicio 2021, con cita previa. No obstante, como se detallará más adelante, se ha mantenido una tendencia creciente en cuanto a las consultas y demandas de atención personalizada referidas a actos de consumo, que permiten ofrecer una respuesta rápida e individualizada a las personas consumidoras sobre su caso concreto.

La gestión que realiza la OMIC de los 16.726 expedientes clasificados como reclamaciones consiste en la mediación con las empresas reclamadas, buscando una solución amistosa al conflicto planteado o la remisión al órgano competente para su tramitación, bien sea la Comunidad de Madrid cuando la persona reclamante o la empresa reclamada no tienen su domicilio o sede en el municipio de Madrid, conforme al convenio suscrito en materia de consumo con la administración autonómica, o bien a otros órganos competentes en cada materia como, por ejemplo, en el caso de los expedientes referidos a los servicios financieros o los seguros, comunicando, en todas las ocasiones a la persona reclamante la gestión realizada y, cuando es procedente, el resultado obtenido en la mediación efectuada por la OMIC.

La mediación de estos expedientes ha arrojado un resultado favorable total o parcialmente a las pretensiones de las personas consumidoras de un 61,70% de los casos, valor que es muy satisfactorio y más de dos puntos porcentuales al valor obtenido en el ejercicio anterior.

La práctica totalidad de las reclamaciones (99,40 %) han sido tramitadas en un plazo inferior a los 6 meses, y un 78,60 % en menos de dos meses, cifra esta última algo inferior a la meta fijada para este objetivo, del 80 %.

Las solicitudes de información formalizadas por escrito, que se dan de alta en la aplicación informática de gestión (SIGSA), han experimentado un ligero aumento comparativo con el año anterior, confirmando también en este ámbito la tendencia al incremento de la demanda de información. Si en 2020 las solicitudes de información suponían un 0,78% del total de expedientes, en 2021 se ha incrementado hasta un 0,93% del total (para un análisis completo sobre los datos de la información proporcionada a las personas consumidoras como resultado de sus consultas en la atención personalizada a las que se da respuesta en el curso de la cita concertada, véase también el apartado “información y orientación”).

Respecto a las quejas frente a la actuación de las empresas, la cifra de 2021 del 2,04 % es muy similar al del ejercicio anterior (2,46%). Lo mismo puede decirse en el caso de las denuncias, un 1,65 % en 2021 frente al 1,55 % en el año anterior.

Distribución de expedientes por oficinas

La distribución de expedientes entre las 22 oficinas con que cuenta la OMIC se realiza de acuerdo con los criterios de carácter territorial y sectorial establecidos por la Instrucción relativa a la coordinación del funcionamiento de la Oficina Municipal de Información al Consumidor (OMIC) de la ciudad de Madrid, cuya última revisión se efectuó en 2019.

El 64,79 % de los expedientes registrados fueron tramitados por la OMIC Central (11.362 expedientes), mientras que el 35,21% restante (6.174) se gestionaron en las oficinas de distrito. Estos datos consolidan un aumento progresivo del nº de expedientes gestionados en la OMIC Central frente a los distritos (en 2020 la oficina Central tramitó el 60,89% de los expedientes frente al 39,13% gestionado por el conjunto de las 21 oficinas de OMIC distritales), por lo que se hace evidente la necesidad de revisión de la instrucción, con objeto de lograr una distribución más equilibrada de la gestión y mejor compatibilizar los recursos y medios existentes, que será abordada en el próximo ejercicio. En el siguiente gráfico se puede observar este incremento que se ha producido tanto en 2021 como en años inmediatamente anteriores.

	DATOS 2020		% DEL TOTAL
OMIC CENTRAL	Total	11.362	64,79%
	Denuncia	177	
	Información	56	
	Reclamación	11.055	
	Queja	74	
OMIC CENTRO	Total	623	3,55%
	Denuncia	4	
	Información	3	
	Reclamación	576	
	Queja	40	
OMIC ARGANZUELA	Total	230	1,31%
	Denuncia	2	
	Información	0	
	Reclamación	213	
	Queja	15	
OMIC RETIRO	Total	235	1,34%
	Denuncia	12	
	Información	0	
	Reclamación	203	
	Queja	20	
OMIC SALAMANCA	Total	572	3,26%
	Denuncia	1	
	Información	1	
	Reclamación	565	
	Queja	5	
OMIC CHAMARTIN	Total	277	1,58%
	Denuncia	3	
	Información	0	
	Reclamación	244	
	Queja	30	
OMIC TETUAN	Total	347	1,98%
	Denuncia	3	
	Información	0	
	Reclamación	319	
	Queja	25	
OMIC CHAMBERI	Total	289	1,65%
	Denuncia	15	
	Información	0	
	Reclamación	257	
	Queja	17	
OMIC FUENCARRAL-EL PARDO	Total	436	2,49%
	Denuncia	15	
	Información	0	
	Reclamación	392	
	Queja	29	
	Total	173	0,99%

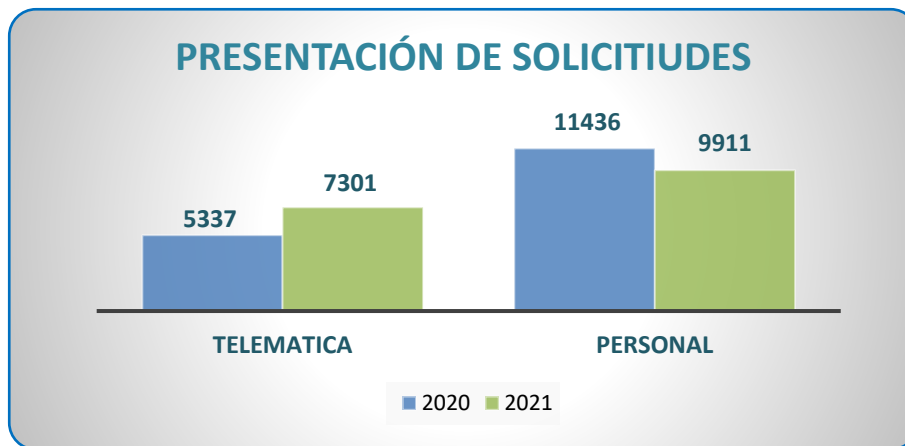
	DATOS 2020		% DEL TOTAL
OMIC MONCLOA-ARAVACA	Denuncia	6	
	Información	0	
	Reclamación	163	
	Queja	4	
	Total	221	1,26%
OMIC LATINA	Denuncia	3	
	Información	0	
	Reclamación	218	
	Queja	0	
	Total	351	2,00%
OMIC CARABANCHEL	Denuncia	13	
	Información	8	
	Reclamación	305	
	Queja	25	
	Total	178	1,02%
OMIC USERA	Denuncia	4	
	Información	0	
	Reclamación	167	
	Queja	7	
	Total	360	2,05%
OMIC PUENTE DE VALLECAS	Denuncia	4	
	Información	1	
	Reclamación	315	
	Queja	40	
	Total	187	1,07%
OMIC MORATALAZ	Denuncia	7	
	Información	28	
	Reclamación	137	
	Queja	15	
	Total	352	2,01%
OMIC CIUDAD LINEAL	Denuncia	0	
	Información	0	
	Reclamación	352	
	Queja	0	
	Total	238	1,36%
OMIC HORTALEZA	Denuncia	2	
	Información	0	
	Reclamación	236	
	Queja	0	
	Total	273	1,56%
OMIC VILLAVERDE	Denuncia	14	
	Información	60	
	Reclamación	190	
	Queja	9	
	Total	263	1,50%
OMIC VILLA DE VALLECAS	Denuncia	2	

	DATOS 2020		% DEL TOTAL
	Información	0	
	Reclamación	261	
	Queja	0	
	Total	111	0,63%
OMIC VICÁLVARO	Denuncia	1	
	Información	0	
	Reclamación	107	
	Queja	3	
	Total	385	2,20%
OMIC SAN BLAS-CANILLEJAS	Denuncia	0	
	Información	1	
	Reclamación	384	
	Queja	0	
	Total	73	0,42%
OMIC BARAJAS	Denuncia	1	
	Información	5	
	Reclamación	67	
	Queja	0	
	Total	17.536	100%
TOTAL OMIC	Denuncia	289	1,65%
	Información	163	0,93%
	Reclamación	16.726	95,38%
	Queja	358	2,04%

Como aspecto a destacar de los datos recogidos en la tabla anterior, cabe reseñar que, mientras el aumento en el número de expedientes con respecto al año anterior se limita a un 0,84 %, se produce un descenso en muchos de los distritos, sufriendo la gestión de expedientes en la oficina central un incremento del 7,30 %, que se atribuye fundamentalmente al avance de las compras y la contratación on-line.

Otro dato para destacar en el análisis de los expedientes es el mantenimiento de la tendencia del *uso creciente de las nuevas tecnologías* para la presentación de las solicitudes. Si en 2020 se formularon por vía telemática o correo electrónico 5337 expedientes, en 2021 se presentaron por estas vías 7301, mientras que se ha producido un notable descenso en la presentación por personación, que pasa de 11.436 en 2020 a 9911 en 2021. En términos relativos, relacionando estas cifras con el número total de expedientes tramitados en ambos ejercicios, nos encontramos con que la presentación por vía telemática, que ya sufrió un

incremento el año inmediatamente anterior, ha aumentado de nuevo en 11 puntos porcentuales, al pasar de ser un 30,69% en 2020 a un 41,63 % en 2021.



Distribución sectorial de expedientes

Otro aspecto que considerar, en el análisis de los expedientes, es todo lo relativo a los sectores o las temáticas sobre las que versan reclamaciones, informaciones, quejas y denuncias, relativas a la adquisición de muy distintos tipos de bienes o contratación de servicios y suministros del hogar. Desde el año 2018, la clasificación de reclamaciones se ha efectuado conforme a un nuevo modelo, más acorde con la recomendación de la Comisión Europea, de 12 de mayo de 2010, sobre el uso de una metodología armonizada para la clasificación y notificación de las reclamaciones y consultas de las personas consumidoras.

Esta codificación comprende nueve sectores generales (bienes de consumo, enseñanza, energía y agua, salud, servicios postales y comunicaciones electrónicas, servicios de ocio, servicios de transporte, servicios financieros y servicios generales). A su vez, cada uno de estos sectores generales se divide en sectores específicos. Asimismo, en el registro de expedientes se incluyen actualmente campos de datos sobre los motivos del expediente y sistema de compra. De este modo se incrementa notablemente el potencial de consulta informática, al posibilitar un análisis más pormenorizado de los expedientes registrados.

Distribución de expedientes por sectores		
SECTORES	N.º de EXPEDIENTES	PORCENTAJE
ALIMENTACIÓN	334	1,90%
BIENES DE CONSUMO	3633	20,72%
SERVICIOS	11.970	69,19%
Subsector Servicios generales	2043	11,65%
Subsector Servicios financieros	1359	7,75%
Subsector Telecomunicaciones	3184	18,16%
Subsector Transporte y servicios postales	1153	6,58%
Subsector Ocio	2015	11,49%
Subsector Energía y agua	2378	13,56%
SALUD	701	4,00%
EDUCACIÓN	402	2,29%
VIVIENDA	334	1,90%

Comparativamente con el año anterior la distribución entre los distintos grupos sectoriales arroja una gran similitud. Cuantitativamente destacan las actividades de prestación de distintos servicios, sobre el que versaron el 69,19 % de los expedientes planteados en la OMIC (68,83 % en 2020). Lo mismo puede decirse de la compra de bienes de consumo, que representó un 20,72 % (20,43 % en 2020). Carácter más minoritario tuvieron las reclamaciones referidas a salud 4,00 % (5,24 % en 2020), alimentación 1,90 % (2,22% en 2020), educación 2,29 % (1,95% en 2020) y vivienda 1,90 % (1,33% en 2020).

Dentro del sector servicios, las telecomunicaciones se mantienen en niveles similares a los del año anterior, ejercicio en el que si sufrieron un importante descenso para dar prioridad a otros tipos de servicios. En 2021 conformaron el 18,16 % de los expedientes (18,88 % en 2021). Es destacable el aumento de expedientes referidos al subsector de energía y agua que pasaron de un 7,42 % del total en 2020 a un 13,56 % en 2021. El motivo de estas notables modificaciones podría atribuirse, al cambio del sistema tarifario de la luz, con la desaparición de la tarifa con discriminación horaria, el establecimiento de nuevos tramos horarios para los términos de energía y de potencia y, con carácter más general, a la acusada subida de la factura de la luz para todas las personas consumidoras, como consecuencia del aumento progresivo de los precios de la energía a lo largo del año 2021.

Los expedientes relativos a la adquisición de bienes de consumo alcanzaron un total de 3633, en 2021, valor que es muy similar al registrado en el ejercicio anterior (3553). Los bienes cuya adquisición registró mayor número de reclamaciones en 2021 fueron el mobiliario (501), los

electrodomésticos y pequeños electrodomésticos (409), el textil (407), los materiales informáticos (229) y los equipos de imagen y sonido (227).

Es también importante resaltar el número de reclamaciones relativas a salud, que en 2021 totalizaron 701 expedientes, valor más bajo que en el año anterior (912), en el que se produjo como hecho particular el cierre de determinadas clínicas dentales.

Respecto a la vivienda, que comprende la compraventa y alquiler de vivienda, así como el aprovechamiento por turno, se observa un ascenso notable en cuanto al número de expedientes. En 2020 se registraron 230 expedientes frente a los 334 de este ejercicio.

El sector de alimentación sigue representando un porcentaje pequeño de las reclamaciones, con 334 expedientes en 2021, dato que es ligeramente inferior al registrado en 2020 (386).

Por el contrario, el sector de educación ha crecido ligeramente con 402 expedientes en 2021, frente a los 339 del pasado ejercicio, que confirma la misma tendencia del año anterior.

Información y orientación. Atención personalizada en la OMIC

La OMIC tiene entre sus cometidos para la protección de los legítimos derechos de las personas consumidoras, tal y como indica su Carta de Servicios:

- ➔ Suministrar información general en materia de consumo respecto a bienes, servicios y suministros
- ➔ Asesorar y orientar sobre los organismos competentes para la resolución del conflicto, en aquellas materias específicas que excedan el ámbito de actuación de la OMIC
- ➔ Facilitar a las personas interesadas información particular sobre el estado de tramitación de los expedientes de las reclamaciones y denuncias
- ➔ Actualizar los contenidos de la página web dedicados a la información y divulgación sobre consumo
- ➔ Atención presencial personalizada en las oficinas de la OMIC

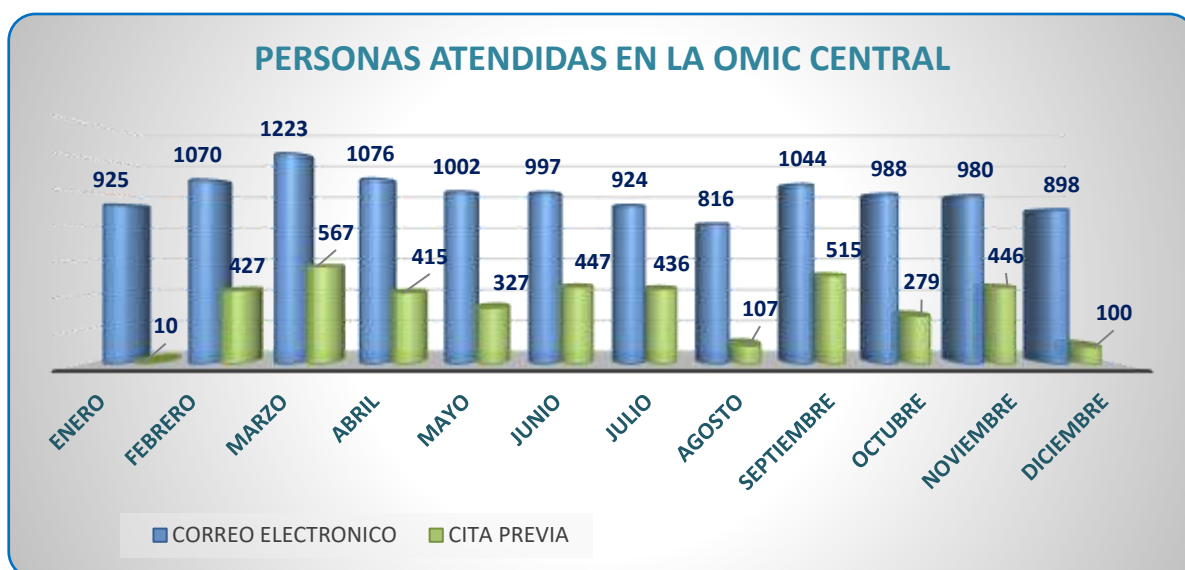
En su red de 22 oficinas, la OMIC ofrece atención personalizada a las personas consumidoras para consultas y asesoramiento en materia de consumo, a través del sistema corporativo de **cita previa** del Ayuntamiento de Madrid, atención que se venía prestando de manera presencial en sus distintas oficinas. Las restricciones de movilidad impuestas desde mediados de marzo de 2020, con la declaración del estado de alarma, obligaron a interrumpir la atención presencial que fue sustituida por atención telefónica, evitando así a sus usuarios/as desplazamientos innecesarios. Durante el año 2021 se ha continuado con este sistema limitando a citas presenciales aquellos casos estrictamente necesarios.

La atención con cita previa se ha seguido compatibilizando, en la OMIC Central, con la **información general sin cita previa**, que se refiere a aspectos como, por ejemplo, cómo presentar una reclamación, así como la solicitud y entrega de hojas de reclamaciones a las empresas, o la consulta de expedientes que se estén ya tramitando a sus respectivos gestores asignados.

Como **actuación especial COVID-19**, se mantuvieron las vías alternativas implantadas en 2020 para poder atender de manera personalizada las consultas de las personas consumidoras y, al mismo tiempo, facilitar la presentación y gestión de sus reclamaciones. Estas medidas se complementaron con un esfuerzo de divulgación general, especialmente ante las circunstancias y conflictos de consumo surgidos con ocasión de la cancelación de numerosos servicios y las medidas adoptadas a través de las disposiciones normativas dictadas a partir de la declaración del estado de alarma y las sucesivas prórrogas de algunas de ellas.

En la OMIC Central, se publicitó el **correo electrónico institucional de consultas** en materia de consumo para atender de una forma ágil y eficaz las demandas de la ciudadanía, medida que ha tenido una excelente acogida y ha tenido un uso creciente, por su facilidad de uso y la agilidad de respuesta ofrecida. Los datos de utilización de este servicio, así como la valoración otorgada por el ciudadano en las evaluaciones trimestrales que se realizan, indican claramente que las medidas adoptadas han sido muy positivas y satisfactorias para los/as usuarios/as de la OMIC.

A continuación, se presentan los datos de la atención personalizada realizada en la OMIC Central, por los canales anteriormente indicados, a la que hay que añadir la realizada en las oficinas de distrito. No se han contabilizado las atenciones presenciales, puesto que en todo el ejercicio 2021 han tenido un carácter muy residual.



Atención con cita previa

La siguiente tabla muestra los datos de la atención personalizada con cita previa en 2021 comparativamente con los del año anterior.

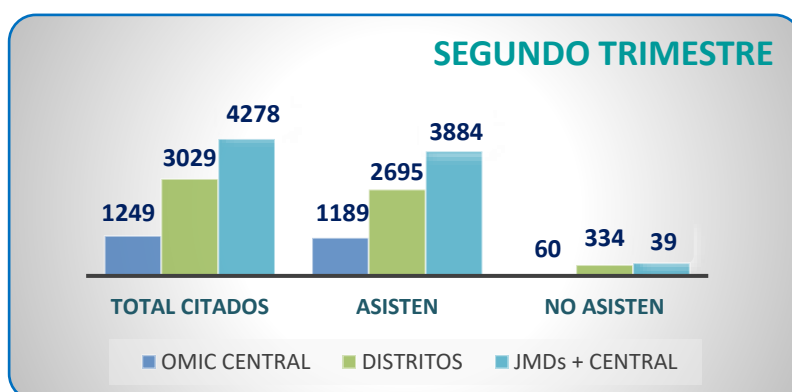
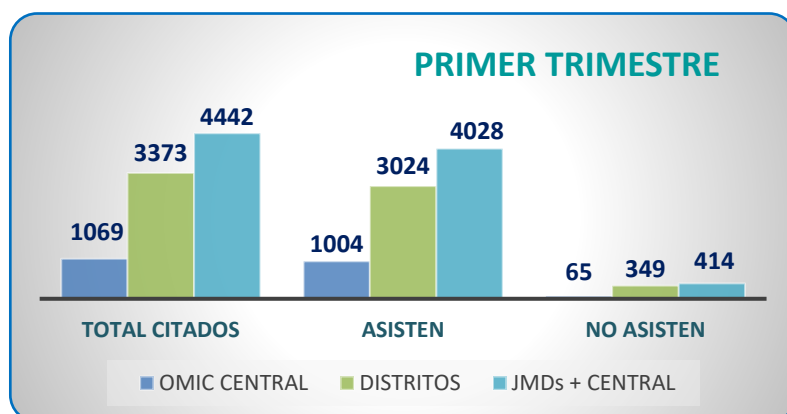
ATENCIÓN PERSONALIZADA CON CITA PREVIA OMIC Central		
OMIC CENTRAL	2021 Personas atendidas	2020 Personas atendidas
Enero	10	218
Febrero	427	252
Marzo	567	82
Abril	415	0
Mayo	327	0
Junio	447	239
Julio	436	368
Agosto	107	321
Septiembre	515	466
Octubre	279	357
Noviembre	446	428
Diciembre	100	323
TOTAL PERSONAS ATENDIDAS	4076	3054
TOTAL PERSONAS CITADAS	4303	3392
% Asistencia/Atención cita previa	94,7%	90,0%
% No asistencia/No atendidos	5,3%	10,0%

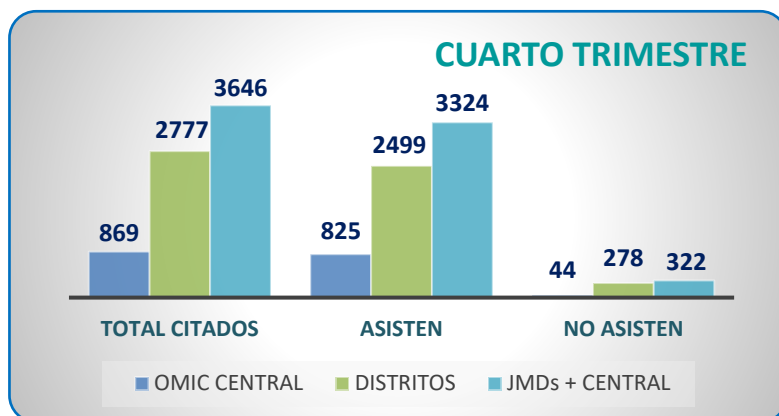
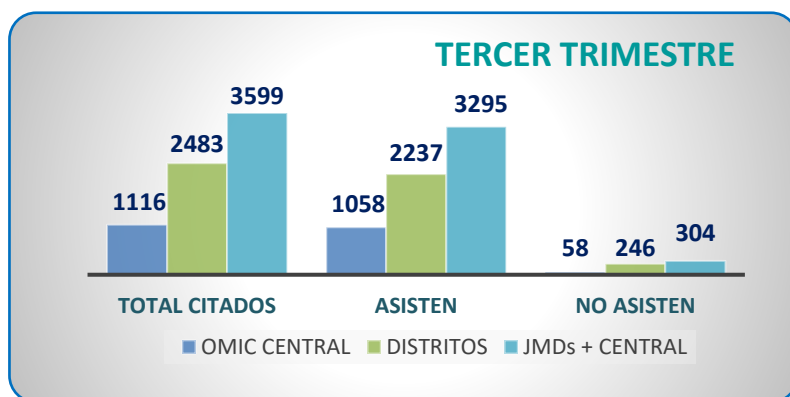
En conclusión, el número de personas atendidas con cita previa en la OMIC Central ha experimentado un incremento que se cifra en un 33,5 %. Por otro lado, el nivel de absentismo a las citas se sigue manteniendo en valores bajos (5,3 %), comparativamente con cuando se hacía atención presencial donde el absentismo solía superar el 25 %.

Si incorporamos los datos correspondientes a los distritos nos encontramos con que el total de personas atendidas con cita previa en 2021 fue 14.531, lo que supone un incremento interanual del 37 %. El valor de absentismo a las citas es algo mayor en el conjunto de las oficinas que en la OMIC Central, situándose en un 9 %.

ATENCIÓN PERSONALIZADA EN LA OMIC CON CITA PREVIA en 2021					
	OMIC Central	Distritos	Total	% Total OMIC Central	% Total Distritos
Personas citadas	4303	11.662	15.965	26,95 %	73,05 %
Personas que acudieron a la cita	4076	10.455	14.531	28,05 %	71,95 %
Personas que NO asistieron a la cita	227	1207	1434	15,83 %	84,17 %

En los gráficos siguientes puede apreciarse la evaluación trimestral de las personas atendidas, tanto en la oficina central como en las distritales, que permiten observar una tendencia ligeramente descendente desde el inicio al final del año.





Colaboración con las asociaciones de consumidores

Para contribuir a la atención personalizada a las personas consumidoras y el fomento del asociacionismo en materia de consumo, la OMIC Central desarrolla un programa en colaboración con las asociaciones de consumidores integradas en el Consejo Municipal de Consumo, el ***Programa de Asesoramiento personalizado a las personas consumidoras***. Consiste en proporcionar información y asesoramiento jurídico y económico a los consumidores, basado en los principios de gratuidad, confidencialidad e independencia, con carácter personalizado y tratando de adaptarse a las circunstancias específicas del consumidor que solicite dicha atención.

En concreto, este programa pretende dar cobertura a diferentes líneas de consulta:

- En primer lugar, orientación jurídica relativa a aquellos supuestos y controversias que los ciudadanos deseen plantear, siempre que afecten a sus relaciones de consumo
- En segundo lugar, dar respuesta y orientación a las consultas formuladas por los ciudadanos en relación con los sectores que puedan afectar a su economía familiar (suministros, créditos y préstamos, contratación de seguros y planes de pensiones, y similares), así como apoyo y ayuda en la planificación y gestión de su economía doméstica y de ahorro.



Este programa se puede prestar por diferentes canales, para garantizar el servicio de atención al consumidor de forma personalizada, asegurando las condiciones necesarias de protección y respetando las medidas de seguridad y protocolos establecidos derivados de la emergencia sanitaria causada por el COVID 19. Concretamente, este año se ha prestado en la modalidad telefónica con cita previa con la finalidad de una mayor eficacia de los servicios de información, orientación, atención y tramitación que se presta en la Oficina de Información al Consumidor (OMIC Central) del Instituto Municipal de Consumo.

Colaboración con otras entidades

Con el objeto de seguir reforzando la eficacia en la tramitación municipal de las reclamaciones de consumo referidas a compra electrónica el Ayuntamiento de Madrid ha mantenido la colaboración existente con la asociación Confianza Online, suscribiendo así nuevamente el convenio con esta asociación en el que se mantiene el marco de colaboración entre ambas entidades para la tramitación del procedimiento de mediación de reclamaciones formuladas por los consumidores presentadas ante la OMIC Central, referidas a comercio electrónico.

Atención sin cita previa y correo electrónico

Durante el año 2021, ante la permanencia de la situación de pandemia se han mantenido los procedimientos establecidos el año anterior para hacer posible la prestación de todos sus servicios, evitando desplazamientos innecesarios a nuestras oficinas, potenciando extraordinariamente la resolución de consultas, mediante un correo electrónico dedicado a tal fin, con un amplio esfuerzo por parte de la Unidad de Información de la OMIC Central para dar respuesta ágil a todas estas consultas, labor que se ha visto complementada con la actuación de las oficinas de distrito.

Solo en la OMIC Central, en 2021, se atendieron 11.943 consultas por correo electrónico, frente a las 9146 del año anterior, lo que supone un incremento del 30,6 %. Sin embargo, en 2021 la atención presencial tuvo un carácter totalmente residual limitándose a unas pocas personas consumidoras al mes, para lo cual se mantuvo permanentemente la presencia de técnicos de consumo en la oficina central.

Al consolidarse este canal de consultas y respuestas por correo electrónico como el principal canal de atención personalizada a la ciudadanía, en la carta de servicios se incorporó un nuevo indicador para la OMIC Central, referido a los tiempos de respuesta a dichas consultas, con la meta de responder a todas ellas en un plazo de 5 días, con el resultado anual de cumplimiento de este indicador del 100 %.

En la siguiente tabla se resume la atención personalizada realizada en la OMIC Central por las distintas vías anteriormente descritas, en 2021.

Globalmente la atención personalizada tomando los dos canales, tanto con cita previa como por correo electrónico, solo en la OMIC Central, arroja un dato de 16.019 intervenciones, lo que supone un incremento del 18,84 % con respecto al ejercicio inmediatamente anterior.

OMIC Central	Consultas respondidas por correo electrónico	Personas atendidas con cita previa	TOTAL
Enero	925	10	935
Febrero	1070	427	1497
Marzo	1223	567	1790
Abril	1076	415	1491
Mayo	1002	327	1329
Junio	997	447	1444
Julio	924	436	1360
Agosto	816	107	923
Septiembre	1044	515	1559
Octubre	988	279	1267
Noviembre	980	446	1426
Diciembre	898	100	998
TOTAL	11.943	4076	16.019

El año 2021 se sitúa a la cabeza en relación con la resolución de consultas e información a las personas consumidoras, a pesar de las circunstancias adversas que continuaron en este año. Los datos se han recogido desagregando las consultas relacionadas con el COVID-19 de las restantes, observándose una tendencia descendente desde el inicio de la pandemia.

	RELACIONADAS COVID-19 AÑO 2020	RELACIONADAS COVID-19 AÑO 2021
enero	-	77
febrero	-	83
marzo	75	116
abril	495	109
mayo	437	63
junio	292	43
julio	275	36
agosto	162	45
septiembre	203	28
octubre	157	42
noviembre	104	22
diciembre	101	28
TOTALES	2301	692

Distribución de hojas del sistema unificado de reclamaciones

El Decreto 1/2010, de 14 de enero, del Consejo de Gobierno, por el que se aprueba el Reglamento de la Ley 11/1998, de 9 de julio, de Protección de los Consumidores de la Comunidad de Madrid establece que los establecimientos y actividades que se presten servicio en la región deben tener hojas del Sistema Unificado de reclamaciones (SUR) a disposición de las personas consumidoras, correspondiendo también a las entidades locales su distribución a las empresas radicadas en su municipio, actividad que se realiza a través de las oficinas de OMIC, en formato físico. Sin embargo, esta distribución en formato papel va teniendo progresivamente un carácter cada vez más minoritario, al estar disponibles las hojas del SUR y los carteles indicativos de su existencia en formato electrónico, a través del portal de gestiones y trámites del Ayuntamiento de Madrid, desde donde pueden descargarse.

Convenios con organizaciones empresariales para la distribución de hojas de reclamaciones

Adicionalmente, se mantienen convenios de colaboración firmados con las organizaciones empresariales que así lo solicitan y que tienen por objeto la difusión y distribución de hojas del SUR entre sus asociados, con sede en el municipio de Madrid. Dichos convenios tienen por objeto regular la cooperación y colaboración entre el Ayuntamiento de Madrid y las organizaciones empresariales, en favor del interés público para impulsar un comercio de calidad, respetuoso con los derechos reconocidos por la ley a las personas consumidoras y, en particular, el derecho a reclamar.

En concreto, se mantienen vigentes 5 convenios con las siguientes organizaciones: Federación madrileña de detallistas de la carne (CARNIMAD), Asociación madrileña de empresarios de alimentación y distribución (LA ÚNICA), Asociación de empresarios detallistas de pescados y productos congelados de la Comunidad de Madrid (ADEPESCA), y se han firmado nuevos convenios en 2021, con la Asociación de comerciantes de calzado de Madrid (ACC) y con la Asociación empresarial del comercio textil, complementos y piel (ACOTEX).

1.2 Actividades desarrolladas por la Junta Arbitral de Consumo del Ayuntamiento de Madrid



El Sistema Arbitral de Consumo es el arbitraje institucional de resolución extrajudicial de conflictos, de carácter vinculante y ejecutivo para ambas partes, de las controversias surgidas en las relaciones de consumo.

Al igual que en ejercicios anteriores, el Instituto Municipal de Consumo ha desarrollado en 2021 acciones para promover el conocimiento de este sistema entre consumidores y empresas y fomentar la adhesión voluntaria de estas últimas.

Actividad de la Junta Arbitral de Consumo

La Junta Arbitral de Consumo del Ayuntamiento de Madrid es el órgano administrativo encargado de la gestión y tramitación de las solicitudes de arbitraje formuladas por las personas consumidoras, formando parte de la primera terna de Juntas Arbitrales establecidas en España. Los órganos arbitrales conocen de la controversia sometida a su consideración y dictan los laudos arbitrales, resoluciones extrajudiciales de obligado cumplimiento por las partes.

La Junta Arbitral de Consumo durante 2021 se ha visto reforzada en cuanto a medios personales se refiere, con la incorporación de un técnico más, perteneciente a la administración general con grado en derecho y con la cobertura de las dos plazas de jefe de negociado que estaban vacantes.

Por ello, a pesar de las circunstancias especiales motivadas por la crisis sanitaria COVID-19, la actividad de la Junta Arbitral de Consumo durante este ejercicio se ha visto incrementada especialmente en lo que a la celebración de vistas arbitrales respecta, habiéndose prácticamente duplicado su número (452) frente a las 231 del año anterior.

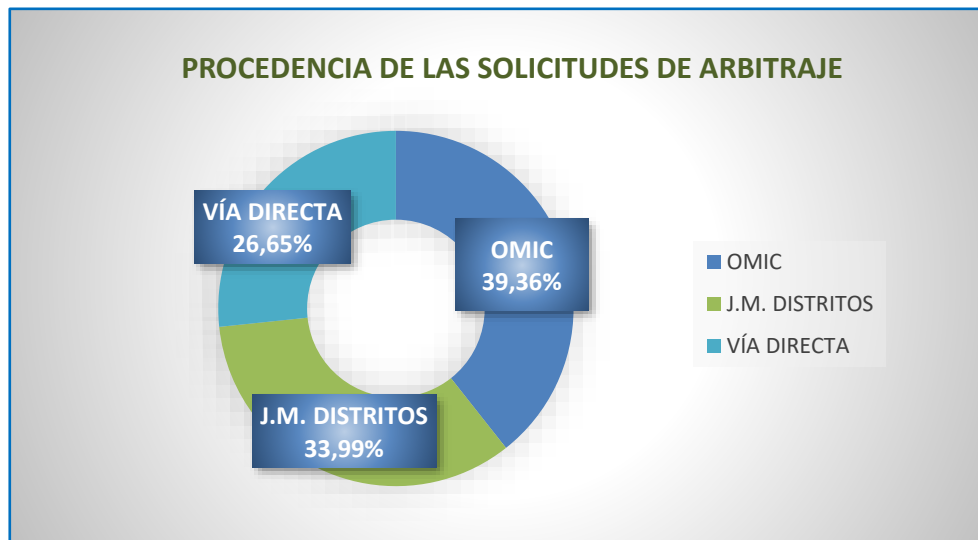
Como consecuencia de las restricciones impuestas por las autoridades sanitarias para la contención de la expansión de la pandemia se han seguido potenciando los canales de atención directa al ciudadano por vía telefónica y por correo electrónico, dando continuidad a la celebración de vistas arbitrales por vía telefónica, según lo previsto en el artículo 44 del Real Decreto 231/2008, de 15 de febrero, por el que se regula el Sistema Arbitral de Consumo.

También cabe señalar que, en 2021, en consonancia con el mayor porcentaje de resolución de asuntos en la mediación efectuada por la OMIC, origen de la mayor parte de las solicitudes de arbitraje presentadas ante la Junta Arbitral municipal, se ha producido un decremento en el número de solicitudes de arbitraje formuladas por los consumidores (409), valor inferior al del año precedente, en el que se registraron 759 solicitudes.



Como se ha indicado anteriormente la mayor parte de los expedientes de arbitraje han pasado previamente por un proceso de mediación en la OMIC, sometiendo la persona consumidora voluntariamente a arbitraje aquellas cuestiones en las cuales la mediación efectuada no ha satisfecho total o parcialmente las pretensiones de la parte reclamante, cuestión más frecuente si se trata de empresas adheridas al Sistema Arbitral de Consumo. Así se constata en el siguiente gráfico de distribución porcentual de solicitudes en función de su origen.

El grupo mayoritario procede de las oficinas de la OMIC del Ayuntamiento de Madrid, en concreto, 161 de la oficina Central y 139 de las oficinas de distrito, lo que supone un 73,35 % del total. El 26,65 % de las solicitudes restantes fueron presentadas directamente por las personas consumidoras ante la Junta Arbitral de Consumo.



La Junta Arbitral de Consumo del Ayuntamiento de Madrid continúa manteniendo los acuerdos de colaboración con los principales operadores del sector de telefonía, el que presenta mayor número de asuntos, para la realización por vía electrónica de las comunicaciones necesarias en el procedimiento arbitral (envío de solicitudes de arbitraje, contestaciones y citaciones a audiencias arbitrales a las grandes operadoras de telefonía). De igual forma se ha procedido con los árbitros de las organizaciones de consumidores y empresas que acuden a las vistas arbitrales, con el fin de agilizar las comunicaciones.

Distribución sectorial de solicitudes de arbitraje

En 2021 la distribución de reclamaciones se ha efectuado conforme al modelo anteriormente citado de clasificación de reclamaciones más acorde con la recomendación europea en este ámbito, que comprende 9 sectores generales que, a su vez, se desglosan en los correspondientes sectores específicos. En el mismo sentido ha operado el desarrollo informático para la extracción de los datos estadísticos que, a distintos niveles, genera la tramitación de solicitudes de arbitraje.

En la siguiente tabla se presenta la distribución sectorial de solicitudes de arbitraje, que se presenta conforme a los sectores generales anteriormente indicados.

DISTRIBUCIÓN DE EXPEDIENTES POR SECTORES 2021		
Sector	N.º de solicitudes	Porcentaje
Telecomunicaciones	185	45,23%
Servicios generales	50	12,22%
Bienes de consumo	66	16,14%
Transporte y servicio postal	16	3,91%
Servicios de ocio	27	6,60%
Servicios financieros	4	0,98%
Salud	20	4,89%
Energía y agua	17	4,16%
Educación	13	3,18%
Vivienda	11	2,69%
Alimentación	0	0,00%
TOTAL	409	100%

El grupo más numeroso corresponde a las telecomunicaciones, y representa un 45,23% del total, seguido de la adquisición de bienes con un 16,14% y de los servicios generales con un 12,22% del total.

De manera más específica, dentro del sector de las telecomunicaciones, los subsectores más destacados son los servicios combinados de telefonía con 101 solicitudes, los de telefonía móvil con 47 solicitudes y los de telefonía fija con 19 solicitudes.

En cuanto a la compra de bienes, cabe resaltar las 9 solicitudes relativas a la adquisición de aparatos de telefonía, 9 solicitudes recibidas sobre compras de mobiliario y 6 relativas a productos textiles y prendas de vestir.

Del grupo de los servicios generales, el dato más significativo son las 12 solicitudes relativas al mantenimiento y reparación de vehículos a motor que representan un 2,93% del total de asuntos de asuntos gestionados en la Junta Arbitral de Consumo del Ayuntamiento de Madrid, 10 sobre tintorerías, sector que cuenta con bastantes empresas adheridas, seguido de las reparaciones de telefonía, con 8 solicitudes.

En la siguiente tabla se presenta la distribución de solicitudes en los sectores específicos principales.

Sectores	Subsector	N.º de Solicitudes	Porcentaje
Telecomunicaciones	Servicios combinados telefonía	101	24,69%
	Telefonía móvil	47	11,49%
	Telefonía fija	19	4,65%
Bienes	Aparatos de telefonía	9	2,20%
	Mobiliario	9	2,20%
	Textil y prendas de vestir	6	1,47%
Servicios Generales	Mantenimiento y reparación de vehículos a motor	12	2,93%
	Tintorería	10	2,44%
	Reparaciones de telefonía	8	1,96%
Transporte y Servicio Postal	Alquiler de vehículo sin conductor	6	1,47%
	Servicios postales	4	0,98%
Servicios de Ocio	Agencias de viajes	11	2,69 %
Servicios financieros	Bancos y entidades financieras	3	073%
Salud	Hospitales, clínicas y profesionales sanitarios	11	2,69%
Energía y agua	Electricidad comercializadora	7	1,71%
Educación	Otras enseñanzas no regladas	7	1,71%
Varios	Otros	139	33,99%
TOTAL		409	100%

Resoluciones arbitrales



Los órganos arbitrales que emiten las resoluciones son los designados por la Presidencia de la Junta Arbitral, los cuáles, en función de su composición, pueden ser unipersonales o colegiados. Durante el ejercicio 2021, todas las vistas arbitrales celebradas (452) se han celebrado con órgano colegiado. Como consecuencia de la pandemia la mayor parte de las audiencias arbitrales se han desarrollado de manera telefónica. Se han emitido 376 laudos arbitrales en equidad y 39 en derecho.

Los colegios arbitrales de la Junta Arbitral de Consumo del Ayuntamiento de Madrid se han constituido por los árbitros propuestos por 15 asociaciones de consumidores y por 16 organizaciones empresariales, en desarrollo en los convenios de colaboración celebrados con dichas asociaciones y organizaciones.

Los resultados de las vistas celebradas en el año 2021, conforme al resultado de los laudos emitidos, se clasifican de la siguiente manera:

RESULTADO DE LAS VISTAS CELEBRADAS		
Resultado/Resoluciones arbitrales	Número	Porcentaje
Estimatorio total o parcialmente	243	53,76%
Desestimatorio	94	20,80%
Conciliatorio	3	0,66%
Archivo-Vía judicial cerrada	67	14,82%
Archivo-Vía judicial expedita	5	1,11%
Suspensión	3	0,66%
Inspección ocular	0	0,00%
Inhibitorio	37	8,19%
TOTAL	452	100%

Promoción del arbitraje de consumo



Para fomentar el conocimiento del Sistema Arbitral de Consumo se desarrollaron en 2021 dos campañas de promoción en mobiliario urbano, con el lema “Donde ves un conflicto, nosotros una solución”. La primera se exhibió en dos circuitos de marquesinas de autobuses repartidos por toda la ciudad, del 15 al 29 de marzo. La segunda campaña se desarrolló en un circuito de marquesinas, del 8 al 14 de noviembre.

En noviembre de 2021 se inició una campaña de comunicación directa a nivel empresarial para promover la difusión y adhesión al arbitraje de consumo como sistema de resolución de conflictos, con el fin de incorporar nuevas adhesiones de establecimientos comerciales al censo de empresas adheridas de la Junta Arbitral de Consumo del Ayuntamiento de Madrid, dicha campaña se prolongará durante 2022.

Como resultado de todas las acciones de promoción del arbitraje de consumo se han contabilizado nuevas adhesiones, alcanzando un total de 3.413 empresas madrileñas adheridas al Sistema Arbitral de Consumo al finalizar 2021.

Desarrollos informáticos para la Junta Arbitral de Consumo

Durante el año 2021, se ha seguido profundizando en la gestión de las solicitudes de arbitraje a través de la aplicación SIGSA, basada en el expediente electrónico. Se ha trabajado en el desarrollo de la notificación electrónica y se ha dado continuidad a la utilización en Data Warehouse (Business Intelligence, inteligencia empresarial) para la explotación estadística de forma rápida y ágil de los datos relativos al procedimiento arbitral de consumo.

Otras actuaciones

Arbitraje turístico: en virtud del convenio de colaboración suscrito anualmente en materia de Consumo entre el Ayuntamiento de Madrid y la Comunidad de Madrid, el IMC elaboró un protocolo de actuaciones para el fomento del arbitraje turístico en coordinación con la Comunidad de Madrid, que fue implantado en 2013 y que continúa en vigor. Durante el ejercicio 2021 se han recibido en la Junta Arbitral del Ayuntamiento de Madrid 13 solicitudes de arbitraje turístico (11 de agencias de viaje y 2 establecimientos de hostelería).

Convenio con el Ministerio de Consumo y la Comunidad de Madrid: Con el fin de dar continuidad a la Junta Arbitral del Ayuntamiento de Madrid y en cumplimiento de la nueva regulación de los convenios contenida en el capítulo VI de la Ley 40/2015, de 1 de octubre, de Régimen Jurídico del Sector Público, se suscribió un nuevo convenio en 2021 entre las tres administraciones.

Línea de acción II

Formación sobre consumo



La actividad de formación dirigida a las personas consumidoras, principalmente enfocada a los colectivos más vulnerables, así como la dirigida a los comerciantes a través de un trabajo de campo desarrollado en determinadas zonas comerciales, ha tenido continuidad en 2021 licitándose un nuevo contrato para el desarrollo del programa de formación en materia de consumo para los ejercicios 2021 y 2022.

A pesar de las dificultades causadas por las restricciones impuestas para la contención de la pandemia, se han podido desarrollar la totalidad de los talleres sobre consumo en centros escolares, así como el programa de comerciantes, posponiéndose para el siguiente ejercicio las sesiones en centros de mayores y las actividades en colegios de educación especial. Este esfuerzo y la gran colaboración recibida por parte de los centros escolares ha permitido un desarrollo exitoso del programa, tanto en cuanto a las sesiones formativas impartidas como al número de alumnos/as formados/as.

Como novedad, en este ejercicio y, ante la demanda social existente, se ha realizado un proyecto piloto de impartición de charlas formativas dirigidas al colectivo de las personas mayores sobre acceso a la banca digital.

En el ejercicio 2021 se ha llevado a cabo, además, una acción de formación específica dirigida a los empresarios, a solicitud de sus representantes en el Consejo Municipal de Consumo, motivada por la modificación de la legislación de consumo en cuanto al régimen de garantías y los productos digitales.

En lo que respecta a la formación específica dirigida a los/as trabajadores/as municipales, como es habitual, desde el IMC se han programado un conjunto de cursos, para contribuir a la mejora continua de nuestros servicios, a través de la actualización de conocimientos en materia de consumo de los profesionales que trabajan en ellos, casi todos ellos desarrollados en formato on-line.

2.1 Programa de formación en consumo

Acciones formativas dirigidas a las personas consumidoras



El Programa de formación en materia de consumo este año se ha dirigido únicamente al colectivo de escolares. En total, se han realizado 1.300 talleres de consumo en 120 centros escolares que han contado con 25.971 participantes, superando este dato notablemente al obtenido el año anterior en esta actividad formativa, en el cual fueron 19.655 los escolares formados.

Los resultados obtenidos se consideran muy satisfactorios; comparativamente con el año anterior hay un ascenso notable en el número de personas consumidoras formadas, a pesar de la difícil situación sanitaria del último trimestre del año en el que se han realizado estos talleres escolares.

Talleres de consumo

Son actividades educativas que se desarrollan en la escuela en las que se tratan temas monográficos. La oferta formativa abarca los niveles del ciclo educativo comprendidos desde la educación infantil al bachillerato y su formato es el de taller práctico interactivo. Con ellos se promueve la formación específica sobre consumo desde la infancia, constituyendo un complemento a la enseñanza reglada.

El número total de talleres celebrados en 2021 ascendió a 1300, dato que coincide con los programados. Fueron presenciales y en ellos participaron 25.971 alumnos/as. Las temáticas de los talleres las eligieron los propios centros, dentro de una variada oferta, en las que tiene un peso importante el fomento de un modelo de consumo responsable, en línea con los Objetivos del Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas.

OFERTA TEMÁTICA DE TALLERES DE CONSUMO 2021
Salud y seguridad de los productos
Saber comprar
Suministros básicos
Comercio Justo
Consumo sostenible de productos y servicios
Gestión de la economía doméstica
Las redes sociales y su utilización
Nuevas tecnologías y comercio electrónico
Ocio, juegos y juguetes
Consumo y alimentación sostenible: desperdicio alimentario
Uso sostenible de la energía: Ahorro y eficiencia energética
Minimización, separación y reciclaje de residuos. La fracción biorresiduo
Educación financiera: banca, seguros y finanzas
Publicidad y medios de comunicación
Reclamaciones y denuncias de consumo

La evaluación efectuada al final del conjunto de todos los talleres realizados arroja una valoración media de 4,68 puntos sobre 5, similar a la valoración del pasado ejercicio que fue 4,73, lo que permite concluir que existe un grado notable de satisfacción de los destinatarios y que esta actividad formativa ha cumplido las expectativas de los centros solicitantes.

Algunas temáticas se han priorizado en línea con otros proyectos u objetivos desarrollados en marco del conjunto de competencias del IMC. Entre ellas cabe destacar las siguientes temáticas:

TEMÁTICAS PRIORITARIAS	TEMAS	TALLERES REALIZADOS
Alimentación sostenible	Consumo y alimentación sostenible: desperdicio alimentario.	172
Comercio Justo	Comercio Justo.	47
Educación financiera	Educación financiera: banca, seguros y finanzas. Gestión de la economía doméstica personal y familiar.	50
Consumo sostenible	Consumo sostenible de productos y servicios.	55
	Uso sostenible de la energía. Ahorro y eficiencia energética.	43
	Minimización, separación y reciclaje de residuos: La fracción biorresiduo.	216

Al respecto de los talleres de las temáticas anteriormente destacadas, el desglose por niveles del ciclo educativo es el siguiente:

- ➔ 172 talleres de Consumo y alimentación sostenible: 141 talleres en educación primaria y 31 en educación secundaria.
- ➔ 47 talleres de Comercio Justo: 18 talleres en educación primaria y 29 en educación secundaria.
- ➔ 50 talleres dedicados a la Educación Financiera: 9 talleres de Educación Financiera: banca, seguros y finanzas, en educación secundaria y 41 dedicados a la Gestión de la economía doméstica y familiar, 21 se han realizado en educación primaria y 20 en educación secundaria.
- ➔ También, destaca el resto de las temáticas dedicadas al consumo sostenible, con un dato global 314 talleres con el siguiente detalle: 55 sobre consumo sostenible de productos y servicios, 43 sobre uso sostenible de la energía, ahorro y eficiencia energética y 216 sobre minimización, separación y reciclaje de residuos: la fracción

biorroresiduo.

Este año, como novedad, se han dedicado los minutos finales de todos los talleres de secundaria, FP y Bachillerato, independientemente de su temática específica, a difundir mensajes contra las falsificaciones y la venta ilegal. Han sido 228 talleres donde se ha difundido este contenido con 4.948 participantes.

Acciones formativas dirigidas al empresariado. Campaña de visitas personalizadas a establecimientos comerciales



Dentro del programa de formación 2021, se realizó, como es tradicional, una campaña informativa dirigida a comerciantes, que se desarrolla a través de visitas a establecimientos en zonas seleccionadas de la ciudad. Sus objetivos son los siguientes:

- Elevar la calidad de los servicios de los comercios madrileños a través de la formación a los comerciantes sobre los principales derechos de las personas consumidoras.
- Informar a los establecimientos de la obligatoriedad de poner a disposición de las personas consumidoras hojas de reclamaciones y mostrar en lugar visible el cartel informativo de su disponibilidad.
- Informar sobre el Sistema Arbitral de Consumo, sus ventajas, y facilitar la documentación necesaria para la adhesión del comercio a este sistema.
- Informar sobre los Códigos de Buenas Prácticas sectoriales y promover la adhesión a los mismos.



Extremando las medidas de prevención y seguridad frente a la pandemia COVID-19, no pudo hacerse entrega al establecimiento comercial de una carpeta con documentación general relativa a los temas anteriormente citados, como en anteriores ocasiones. El contenido de dicha carpeta e información adicional se puso a su disposición a través de la página web corporativa del Ayuntamiento de Madrid, en un contenido promocional dedicado a esta campaña de información a comerciantes, en el que puede encontrarse en formato digital toda la documentación que anteriormente se distribuía en papel, como folletos, impresos y formularios.

Los técnicos encargados de su ejecución proporcionaron información verbal sobre estos temas y facilitaron la dirección de la página web del Ayuntamiento para poder acceder a más información adicional. No obstante, además, este año en la hoja de visita que rellena el

técnico se recogió la dirección de correo electrónico con el fin de enviar a cada establecimiento visitado un enlace con el que acceder a la información que en años anteriores se había entregado en soporte físico.

En el Programa de Formación en Consumo 2021 se han realizado visitas personalizadas a 700 establecimientos. Las zonas de actuación seleccionadas han sido los distritos de Centro y Chamartín. La distribución de establecimientos por zonas visitadas ha sido la siguiente:

ZONAS Y ESTABLECIMIENTOS VISITADOS (2021)	
ZONA	N.º DE ESTABLECIMIENTOS VISITADOS
CENTRO- JUSTICIA	298
CENTRO-UNIVERSIDAD	98
CENTRO - CORTES	99
CHAMARTIN-PROSPERIDAD	195
CHAMARTIN-HISPANOAMERICA	10
TOTAL	700

Del total de 700 establecimientos visitados, el 699 disponían de hojas de reclamaciones y el 97% exhibía el cartel informativo y al resto se les ha facilitado información sobre como solicitarlas y obtenerlas gratuitamente. Son datos que reflejan una clara mejoría de situación del mercado con respecto a lo observado en campañas anteriores.

Al respecto del conocimiento sobre el Sistema Arbitral de Consumo, un 8% reconoce saber en qué consiste, aunque únicamente un 2% se encontraba ya adherido. De los establecimientos visitados, 493 pertenecen a un sector que dispone de Código de Buenas Prácticas, de los cuales 5 estaban ya adheridos al código sectorial correspondiente, habiéndosele facilitado información a los restantes. Este bajo conocimiento invita a seguir promocionando el conocimiento y las adhesiones a través de campañas de difusión.

Resumen del programa de formación en materia de consumo

En síntesis, el programa de formación en consumo correspondiente al ejercicio 2021 comprendió un total de 2000 acciones formativas. Representa un ligero descenso, con respecto al año anterior, en el que se realizaron 2059, pero el resultado es muy favorable ya que ha aumentado considerablemente el número de participantes que, en 2021 fueron 25.971, frente a los 21.743 del ejercicio 2020.



Al igual que en el ejercicio anterior, los datos de las acciones formativas destinadas a personas consumidoras se presentan desagregados por género, habiendo participado un 51,66 % de hombres y un 48,34% de mujeres en ellas, un porcentaje muy paritario.

En la siguiente tabla se resume la distribución de acciones por tipo y el número de participantes.

PROGRAMA DE FORMACIÓN EN MATERIA DE CONSUMO 2021					
Destinatarios	Tipo de acción	N.º de acciones	N.º de participantes	Hombres	Mujeres
Personas consumidoras	Talleres de consumo	1300	25.971	13.416	12.555
Representantes empresariales	Visitas a establecimientos comerciales	700	700		
TOTALES		2000	26.671		

2.2 Sesiones formativas sobre banca digital dirigidas a personas mayores

La demanda social existente ante el riesgo creciente de exclusión financiera de las personas mayores, motivada por el cierre de sucursales bancarias y la progresiva digitalización los servicios que prestan estas entidades en detrimento de la atención presencial, ha hecho que el Instituto Municipal de Consumo, en colaboración con la dirección general de Mayores y Atención Social, emprendiera un proyecto piloto, dentro de las acciones referidas al programa de educación financiera de los consumidores que está desarrollando.

La acción ha consistido en la impartición de charlas informativas sobre banca digital dirigidas al colectivo de las personas mayores. Se ha desarrollado en el mes de noviembre en 6 centros municipales de mayores, repartidos por otros tantos distritos. Esta acción coordinada que, por sus buenos resultados, será objeto de mayor desarrollo en ejercicios posteriores, tiene como objetivo paliar los efectos que la brecha digital, provocada por el desconocimiento de

las nuevas tecnologías, limite la accesibilidad de este grupo de población a estos servicios esenciales, en un contexto de creciente digitalización de la economía.

Las sesiones formativas han tenido un carácter eminentemente práctico, mostrando sobre los equipos informáticos nociones básicas sobre la conexión a internet y los diferentes dispositivos disponibles, especialmente móviles, banca electrónica, seguridad y precauciones, pagos y obtención de los diferentes justificantes y comprobantes de los movimientos realizados, así como la operativa en cajeros automáticos mediante tarjeta (retirada de efectivo, pago de recibos, etc.) y los pagos con aplicaciones para teléfonos móviles. La programación de estas sesiones incluía un coloquio, para resolver las dudas y consultas de los asistentes, surgidas durante la sesión.

Los Centros Municipales de Mayores en los que se ha impartido esta actividad formativa han sido los siguientes:

- ◆ CMM Canillejas (Distrito San Blas-Canillejas).
- ◆ CMM Dos Amigos (Distrito Centro).
- ◆ CMM La Estrella (Distrito Retiro).
- ◆ CMM Orcasur (Distrito Usera).
- ◆ CMM Infante Don Juan (Distrito Moncloa-Aravaca).
- ◆ CMM Príncipe de Asturias (Distrito Ciudad Lineal).

A estas sesiones han acudido un total de 127 asistentes, repartidos por todos los centros, de los cuales 69 fueron hombres y 58 mujeres.

2.3 Formación para empresarios

A petición de las organizaciones empresariales que ostentan vocalías en el Consejo Municipal de Consumo y, ante las modificaciones introducidas por el artículo decimosexto del Real Decreto Ley 7/2021, de 27 de abril, en el texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios, en particular del régimen legal de garantía de los productos, el IMC organizó un seminario on-line para dar a conocer a los empresarios titulares de establecimientos comerciales interesados que tengan su sede en la capital, bajo el título: “Las modificaciones introducidas en el texto refundido de la Ley general para la defensa de los consumidores y usuarios”.

La jornada tuvo lugar el 21 de octubre, en formato webinar a través de una plataforma digital y transmitido en directo por YouTube, contándose con distintas organizaciones empresariales para la difusión entre sus asociados. El programa de la jornada abordaba los temas siguientes:

- ◆ Los nuevos plazos y requisitos en las garantías de los productos comerciales

- ◆ Los derechos de las personas consumidores en relación con los Servicios digitales
- ◆ Los derechos de las personas consumidoras y obligaciones de comerciantes en la venta online.

La participación fue muy numerosa, inscribiéndose 85 entidades empresariales en la plataforma digital y con 236 visualizaciones a través de YouTube.

2.4 Formación interna. Cursos específicos sobre consumo

El Instituto Municipal de Consumo, en colaboración con la Escuela de Formación del Ayuntamiento de Madrid, propone y coordina cursos específicos dirigidos a los/as trabajadores/as municipales. Esta acción formativa está dirigida a mantener y actualizar de manera continua la capacitación técnica de los empleados municipales de los servicios de consumo para el óptimo desarrollo de su labor de atención a través de la OMIC y en las labores de inspección y de arbitraje.

No obstante, en algunos de los cursos se mantiene un enfoque más amplio, dirigiéndose al conjunto de la plantilla municipal, para mejorar el conocimiento individual sobre los derechos de las personas consumidoras y de fomentar un consumo responsable de productos y servicios.

Por la persistencia de la pandemia, los cursos se han realizado en 2021 en formato on-line. En este ejercicio los cursos específicos de consumo, cuya programación y coordinación correspondió al IMC que se impartieron se indican en la siguiente tabla:

FORMACIÓN ESPECÍFICA DE CONSUMO PARA EMPLEADOS/AS DEL AYUNTAMIENTO DE MADRID. AÑO 2021			
Título del curso	Ediciones	N.º de horas	N.º de alumnos/as
Protección al consumidor en tiempos de COVID	1	25	24
Seguridad de los productos	1	15	13
Consumo sostenible y comercio justo	1	21	31
Vivienda, venta, alquiler y agencias de intermediación	2	21	31
Inspección de páginas Web, la venta por Internet	2	12	20
Protección al consumidor en el ámbito de las entidades financieras y bancarias	2	15	27
El procedimiento sancionador en consumo	1	15	12
TOTALES	10	124	158

Las evaluaciones realizadas por los asistentes a estos cursos de formación específica reflejan una muy buena aceptación, obteniendo en todos los casos una puntuación media superior a 4 sobre 5 en todas las acciones formativas.

2.5 Resumen de actividades de formación

El conjunto de actividades formativas en materia de consumo realizadas en 2021, tanto las incluidas en el programa anual de formación en materia de consumo, como las dirigidas a otros colectivos específicos, junto con los cursos destinados a la formación continua de trabajadores/as municipales se resume en la siguiente tabla.

RESUMEN DE ACTIVIDADES DE FORMACIÓN. AÑO 2021		
	N.º acciones formativas	N.º participantes
Programa de formación en consumo	2000	26.671
Sesiones para mayores sobre Banca digital	6	127
Formación empleados/as del Ayuntamiento de Madrid	10	158
Formación empresarios	1	321
TOTAL	2017	27.277

Comparativamente con el ejercicio anterior, si bien el número de acciones formativas realizadas es ligeramente menor, 2017 frente a 2064 en 2020, la participación en estas actuaciones ha sido mayor, habiéndose incrementado el número de asistentes en un 26,6 %.

Línea de acción III

Códigos de buenas prácticas para los sectores empresariales



Esta línea de acción busca el consenso con las distintas organizaciones empresariales del sector, con objeto de dar a conocer la normativa general y sectorial específica aplicable en materia de consumo, para potenciar a través de la información y el conocimiento del sector empresarial de sus obligaciones.

No obstante, a través de los Códigos de Buenas Prácticas (CBP) se pretende ir un paso más allá, estableciendo compromisos adicionales que redunden en beneficio de los/as consumidores/as, pero que también suponen para las empresas un plus de calidad en sus relaciones comerciales.

Estos acuerdos voluntarios se plasman en forma de CBP, manuales y documentos informativos en los diferentes sectores empresariales, comerciales y profesionales. Cada uno de estos CBP lleva asociado un protocolo de autocontrol.

Cada año se van revisando códigos ya aprobados, procediendo a las actualizaciones correspondientes, a la vista de los cambios normativos que se van produciendo, así como a la elaboración de nuevos códigos, en el caso de que haya nuevos sectores empresariales que así lo demanden, o adendas cuando las modificaciones legislativas así lo requieren, al tiempo que se promueve la adhesión individual de establecimientos a estos códigos.

Los Códigos de Buenas Prácticas en cifras en 2021

- ✓ 19 códigos sectoriales aprobados
- ✓ 2 códigos actualizados
- ✓ 73 expedientes de adhesión de empresas tramitados
- ✓ 1639 empresas adheridas

Revisión y actualización de Códigos de Buenas Prácticas aprobados

Durante el año 2021 se han producido cambios relevantes en la legislación nacional sobre de consumo y también en la legislación sectorial, producidos o no por las medidas especiales tomadas como consecuencia de la pandemia. Dentro del programa de revisión y actualización de CBP existentes, que ha de mantenerse de forma ineludible ante estos frecuentes cambios normativos, ha correspondido este año la actualización de dos códigos.

Conforme a lo establecido en la Ordenanza de Consumo de la Ciudad de Madrid, de 30 de marzo de 2011, las revisiones han de llevarse a cabo transcurridos cuatro años desde la fecha

de aprobación y siempre que se produzca alguna modificación normativa que afecte sustancialmente su contenido.

Durante el ejercicio 2021 se ha procedido a la actualización del contenido de los CBP correspondientes a los sectores de:

- ➔ Comercio de Muebles
- ➔ Droguería, Perfumería y Cosmética

Una vez revisado completamente su contenido y realizada su maquetación, se han editado en versión digital para su difusión a través la web corporativa y también impresa para ponerlos a disposición de los empresarios del sector. Se han producido 160 ejemplares del CBP de muebles y 200 del sector de las droguerías.



Además, con el fin de actualizar algunos contenidos específicos en los códigos ya editados se han elaborado las siguientes adendas, en versión digital y que son difundidas a través de la página web municipal junto con los CBP:

- ➔ Adenda sobre la modificación del régimen de garantías en los bienes de consumo con motivo de la nueva regulación normativa. Por ser una modificación general afecta a varios de los códigos aprobados.
- ➔ Adenda sector comercio Textil.
- ➔ Adenda sector Talleres de Automóviles.



Como material de apoyo, y de forma complementaria, se han revisado y normalizado los protocolos de autocontrol correspondientes a los sectores de muebles, droguerías y talleres de reparación de automóviles, que se encuentran disponibles en formato electrónico en la página web corporativa, así como en versión impresa. Además, se ha actualizado y unificado el impreso de instrucciones válido para todos los protocolos de autocontrol.

Por otro lado, también se han editado los carteles correspondientes a los siguientes sectores:

- ➔ Comercio de Muebles (100 ejemplares)
- ➔ Droguería, Perfumería y Cosmética (200 ejemplares)
- ➔ Comercio de Electrodomésticos (200 ejemplares)



Desarrollo del plan de comunicación e implantación de Códigos de Buenas Prácticas

Con el fin de promover la implantación de CBP, en noviembre de 2021 se ha iniciado una nueva campaña de comunicación directa y personalizada a nivel empresarial para el fomento de las adhesiones a los CBP.

También se ha desarrollado una campaña de comunicación por correo dirigida a 100 empresas del sector de calzado.

Número de establecimientos adheridos a Códigos de Buenas Prácticas

La adhesión a los CBP por parte de las empresas es voluntaria e implica el cumplimiento de los requisitos legales aplicables a cada sector, así como de los compromisos de actuación contenidos en los mismos, entre los que figura la adhesión al Sistema Arbitral de Consumo para la resolución de los posibles conflictos surgidos entre empresas y personas consumidoras.

La persistencia de la pandemia por COVID-19 ha dificultado en gran medida el desarrollo y eficacia de las campañas de difusión realizadas en 2021, motivo por el que número de establecimientos adheridos a CBP al finalizar 2021 se ha mantenido sin cambios respecto al ejercicio anterior (1639).

Durante el año 2021 se han tramitado un total de 73 expedientes de adhesión a CBP, la mayor parte de los cuales están asociados a la renovación de las adhesiones realizadas por las empresas en años anteriores, así como al inicio de nuevas adhesiones (15), habiendo sido el control y verificación de dichas renovaciones la prioridad durante este ejercicio. Con ese objetivo se han realizado casi 100 requerimientos correspondientes en su mayor parte a empresarios del sector de Restauración de Ocio nocturno

Línea de acción IV

Investigación y control del mercado

A través de las actividades destinadas al control del mercado y de su estudio e investigación, los servicios de consumo municipales integrados en el IMC y en los distritos, abordan el objetivo de prevenir, detectar y corregir, en su caso, los posibles incumplimientos de lo establecido en la normativa general o específica.

Esta línea de acción está encaminada a la realización de aquellas funciones que permitan que la ciudadanía pueda tener confianza en que los productos y servicios puestos a su disposición en el mercado respetan lo establecido en la normativa vigente de aplicación general o sectorial, en materia de protección de los derechos de las personas consumidoras.

Como consecuencia de la persistencia de la pandemia se vio afectado el control del mercado respecto de las campañas programadas en inspección, dando lugar a la supresión de una de ellas y a la nueva protocolización de otras como es el caso de la dedicada al control de mascarillas, ante las modificaciones acaecidas en la normativa aplicable. Por otro lado, en situaciones de cierre temporal de algunos comercios, durante el ejercicio 2021 se consolidó el auge de la compra on-line, motivo por el cual se reforzaron las inspecciones a las páginas web de venta de productos y servicios, dándose también prioridad a la campaña de seguridad de los productos.

En la elección de las campañas de inspección influyen varios factores: la aprobación de nueva normativa o normativa que se modifica en materia de protección de los consumidores, sectores que más incumplen en campañas realizadas anteriormente, número de reclamaciones y denuncias que afectan a actividades específicas, y finalmente hay determinadas campañas que por la importancia que conlleva se repiten todos los años como, la campaña de seguridad de los productos, toma de muestras, venta por internet y promoción de ventas, entre otras.

Por otra parte, además de las campañas de inspección, se investigan las denuncias presentadas por las personas consumidoras comprobando los hechos denunciados y si se ha infringido la normativa de consumo dando lugar a expediente sancionador en caso de verificarse la existencia de infracción.

4.1 Programa de investigación

La actividad que desarrolla la Oficina Municipal de Investigación de Consumo tiene como fin el refuerzo de la protección de los derechos y legítimos intereses de las personas consumidoras en sus relaciones de consumo. Parte de su actuación se dirige a la investigación de problemas que tienen afectación general o a colectivos determinados, surgidos de la propia evolución del mercado o de las pautas y patrones de consumo, para

realizar propuestas de actuación o recomendaciones destinadas a las personas consumidoras.

La Oficina de Investigación de Consumo ha elaborado durante 2021 tres informes:

- ◆ Propuesta de inspección de consumo de las entidades financieras frente a las que han presentado reclamación personas consumidoras con contrato de crédito al consumo vinculado al de tratamiento odontológico suscrito con alguna de las mercantiles incluidas en la marca Dentix e incumplido por la clínica dental.
- ◆ Análisis del borrador de Ordenanza reguladora de las viviendas destinadas a uso y los apartamentos turísticos.
- ◆ Análisis de las modificaciones introducidas en el Texto Refundido de 2007 por el Real Decreto-ley 7/2021, referidas principalmente al régimen de garantía y servicios posventa.

4.2 Actividades de inspección

La inspección de consumo en cifras en 2021:

- ✓ N.º campañas de inspección 12
- ✓ N.º inspecciones en campaña 9726
- ✓ N.º de actuaciones fuera de campaña 262
- ✓ Total, inspecciones en campaña y fuera de campaña 9988
- ✓ N.º productos controlados 6010
- ✓ N.º de actas levantadas en total en actuaciones de campaña y fuera de campaña 2463

La actividad inspectora desarrollada por el Instituto Municipal de Consumo y por los distritos es la base para la acción de control del mercado, que está enfocada a la detección y corrección de los posibles incumplimientos sobre protección de la salud, la seguridad y los legítimos intereses económicos y sociales de las personas consumidoras, según lo establecido en la normativa vigente, por parte de los establecimientos comerciales y empresas proveedoras de bienes y servicios.

Para la consecución de estos fines se realizan actividades programadas de inspección, actuaciones que tienen su origen en denuncias y reclamaciones de las personas consumidoras, actuaciones en seguridad de los productos y actuaciones de toma de muestras.

DATOS POR CAMPAÑA DE INSPECCIÓN. AÑO 2021			
Campañas	Inspecciones realizadas	Productos controlados	N.º de Actas
REALIZADAS POR SERVICIO DE INSPECCIÓN DE CONSUMO (IMC) + DISTRITOS MUNICIPALES			
Toma de muestras	35	35	35
Seguridad de los productos (Red de Alerta)	1898	0	281
Bazares (Productos eléctricos y juguetes)	192	1432	106
Control general de establecimientos	2570	1980	997
Promoción de ventas	1188	0	N/A
Venta por Internet	700	0	359
Etiquetado Mascarillas Higiénicas	1461	1461	N/A
SUBTOTAL	8044	4908	1778
REALIZADAS POR SERVICIO DE INSPECCIÓN DE CONSUMO (IMC)			
Campañas:			
Etiquetado juguetes	52	489	6
SUBTOTAL	52	489	6
REALIZADAS POR DISTRITOS MUNICIPALES			
Campañas:			
Control general de venta ambulante y mercadillos	520	613	123
Servicios de Asistencia Técnica (Móviles y electrónica)	311	0	159
Establecimientos de manicura y pedicura	482	0	220
Talleres de automóviles	317	0	141
SUBTOTAL	1630	613	643
TOTAL, CAMPAÑAS	9726	6010	2427
OTRAS ACTUACIONES			
Actuaciones de oficio y no programadas	262	0	36
TOTAL, OTRAS ACTUACIONES	262	0	36

(*) N/A significa que se levantó acta juntamente con la campaña de control general de establecimientos; por lo que el dato está ya contabilizado en el total de las actas de las campañas.

Estableciendo una comparación con el anterior ejercicio puede concluirse que se ha producido un refuerzo de la actividad inspectora en el municipio de Madrid, pues si bien se ha realizado una campaña menos de las previstas, el número de inspecciones realizadas, 9988 es superior en un 18,7 % al del año anterior (8414) como lo es también el número de productos controlados en dichas inspecciones que ha pasado a 6010 frente a los 5294 del año anterior (13,5 %).

Actuaciones de la Oficina de Investigación de Consumo por denuncias o reclamaciones

El Servicio de Inspección de Consumo, a través de la Oficina de Investigación de Consumo (OIC) ha registrado en 2021 la entrada de un total de 445 expedientes remitidos por el Servicio de Información al Consumidor, las unidades de consumo de los distritos y la Administración del Estado o la Comunidad de Madrid (Dirección General de Comercio y Consumo), al apreciarse en ellas alguna irregularidad que requiere la realización de actuaciones inspectoras en aplicación de las normativas de consumo, comercio o espectáculos públicos y actividades recreativas.

Tras completar las actuaciones inspectoras requeridas, la tramitación de estos expedientes resulta en:

Elaboración de informes motivados cuando se ha apreciado que la empresa había incurrido en alguna infracción de la normativa de consumo y que han dado lugar al ejercicio de potestad sancionadora por el IMC.

- ➔ Elaboración de informes motivados en los que se ha apreciado similar responsabilidad administrativa, pero en los que el Ayuntamiento de Madrid se ha visto obligado a inhibir actuaciones y dar traslado de un total de 75 expedientes a la Dirección General de Comercio y Consumo de la Comunidad de Madrid, al tratarse de empresas no domiciliadas en la ciudad de Madrid.
- ➔ Traslado al administrador concursal de Dentix designado por el Juzgado de lo Mercantil n.º 2 de Madrid de las 579 reclamaciones de personas consumidoras cuya entrada había registrado el Ayuntamiento de Madrid y que en su inmensa mayoría se habían presentado contra Dentoestetic Centro de Salud y Estética Dental, S.L.
- ➔ Traslado a la Fiscalía Provincial de Madrid de las reclamaciones presentadas por personas consumidoras contra 7 empresas que habían cerrado sus establecimientos y cesado en su respectiva actividad mercantil y a las cuales no fue posible realizar la correspondiente actuación inspectora.
- ➔ Denuncia motivada a la Agencia Española de Protección de Datos contra una mercantil a la que las actuaciones inspectoras realizadas en materia de consumo permitían presumir que su responsable del tratamiento de datos personales no había aplicado medidas técnicas y organizativas apropiadas para garantizar un nivel de seguridad adecuado al riesgo, con capacidad de garantizar la confidencialidad de sus herramientas de gestión.
- ➔ Traslado a la dirección general de Inspección y Ordenación Sanitaria de la Comunidad de Madrid de la denuncia presentada por una consumidora contra

el productor de un complemento alimenticio para el que se le había realizado prescripción médica debido a su embarazo.

La actuación inspectora realizada durante 2021 por la OIC ha permitido identificar responsabilidad administrativa por presuntos incumplimientos de la normativa de protección de consumidores, principalmente en los siguientes sectores: espectáculos públicos, actividades recreativas, crédito al consumo, comercio electrónico y servicios a domicilio.

Al igual que en ejercicios anteriores, resulta significativo que si bien la inspección ha tratado de aclarar si las empresas inspeccionadas habían realizado determinadas prácticas desleales hacia las personas consumidoras, la responsabilidad finalmente acreditada en ciertos casos no deriva de la efectiva comisión de aquellas sino del hecho de no haber dado respuesta al requerimiento recibido o de que, en su contestación, no aportan la información o documentación requerida en cada caso. Esta situación se ha producido de modo destacado en los requerimientos efectuados a entidades de crédito de conformidad con lo establecido por la Ley 16/2011, de 24 de junio, de contratos de crédito al consumo.

En la inspección realizada durante 2021 en reclamaciones o denuncias por cancelación de espectáculos públicos o cierre temporal de locales, se ha constatado un elevado grado de incumplimiento del derecho de las personas consumidoras a resolver, sin ser penalizado por ello, el contrato cuya ejecución haya devenido de imposible cumplimiento por parte como consecuencia de las medidas adoptadas en la gestión de la crisis sanitaria provocada por la COVID-19.

Actuaciones en seguridad de los productos: Red de Alerta y toma de muestras

El sistema de Red de Alerta se pone en marcha cuando se detecta que un artículo puesto en el mercado es peligroso, en cuanto que supone un riesgo importante para la salud y la seguridad de las personas consumidoras.

Una alerta es una comunicación, incluida en el marco del sistema estatal de intercambio rápido de información (SIRI), que se difunde en forma de red, cuyo objetivo es facilitar la comunicación urgente de toda la información relativa a los artículos peligrosos entre todas aquellas administraciones y organismos con competencias en materia de seguridad de los productos, para su localización y retirada del mercado.

En la siguiente tabla se resumen las actuaciones realizadas en este ámbito durante el año 2021:

Actuaciones Red de Alerta. Año 2021	
Actuaciones totales	1898
Actas levantadas	281
Número de artículos retirados	1618
Número de alertas controladas	363
Número de alertas localizadas	118

Otro dato comparativo interesante de destacar es el aumento de actuaciones en materia de seguridad de los productos, con objeto de retirar del mercado los productos peligrosos o inseguros para las personas consumidoras. En 2021 se efectuaron 1898 inspecciones, frente a las 1158 del año anterior, lo que es debido en parte a la participación de más distritos en esta campaña que se realiza cada año para controlar la seguridad de los productos puestos en el mercado.

4.3 Actuaciones sancionadoras y medidas preventivas

En las actas que levanta el personal inspector en materia de consumo queda constancia de las irregularidades que se han detectado durante los controles, lo que sirve de base para proceder a iniciar un procedimiento sancionador.

A este respecto, el número de expedientes sancionadores incoados por el IMC, en el año 2021, ha sido de 80 y la cuantía de las multas impuestas ascendió a 262.228 euros. Estas cifras reflejan un claro descenso con respecto al ejercicio precedente.

Uno de los objetivos de los servicios municipales de consumo del Ayuntamiento de Madrid es promover el adecuado ejercicio de la actividad empresarial, fomentando el cumplimiento de la normativa de protección de los derechos de las personas consumidoras por parte de los diferentes sectores económicos que operan en nuestra ciudad.

Con este fin, el IMC ha mantenido diversas reuniones técnicas, en materia de inspección y control del mercado con empresas, asociaciones, entidades y organismos públicos, entre otros: el Corte Inglés, Clicars S.L., Asetra y Garabatos.

Convenio de colaboración sobre control de la publicidad

Este convenio de colaboración, que se suscribió inicialmente en el año 2017 entre el Ayuntamiento de Madrid y la Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial (AUTOCONTROL), establece un marco de colaboración que permite complementar la información necesaria para las actividades de investigación y control de la publicidad engañosa, en lo que afecta a los derechos de las personas consumidoras.

En el año 2021, una vez finalizado el periodo de vigencia de este convenio y en vista del interés mutuo para las partes, se suscribió de nuevo un convenio, firmado el 21 de septiembre y se dio a conocer en un acto en el mes de octubre en el que estuvieron presentes la Vicealcaldesa, el delegado del Área de Gobierno de Economía, Innovación y Empleo y el director general de AUTOCONTROL.



En concreto, el convenio tiene como objetivo que la oferta, promoción y publicidad de los bienes y servicios destinados a las personas consumidoras, sean cuales sean los soportes utilizados para ello, se realicen conforme a los principios de suficiencia, objetividad y veracidad, de forma que no puedan engañar o inducir a engaño sobre sus características y condiciones de adquisición.

A través de este convenio cuya duración prevista es 4 años, AUTOCONTROL informa a nuestros servicios sobre diversa publicidad que no es correcta y ha sido emitida por empresas reclamadas que han rechazado su sometimiento al Jurado de Autocontrol. Estudiada la publicidad, se ha actuado cuando ha sido procedente, inspeccionado y sancionando, en su caso, y también inhibiendo a otros organismos cuando por razón del territorio o de la materia eran ellos los competentes o bien archivando el asunto en caso de no existir infracción en materia de consumo.

El documento establece un marco de trabajo que, sin menoscabo de las competencias atribuidas a la administración pública, permitirá complementar la información necesaria para las actividades de investigación y control de la publicidad engañosa, lo que contribuirá a un mejor desarrollo de la actividad publicitaria difundida por cualquier medio de comunicación. Así, se vigilará que esta actividad sea conforme a la ética publicitaria, a los derechos legítimos de las personas consumidoras, especialmente a los colectivos más vulnerables, y a las metas fijadas por el Ayuntamiento de Madrid para la consecución de los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la Agenda 2030.

La administración pública ya asegura en la actualidad los mecanismos de protección en materia publicitaria y de comunicación comercial dirigidos al público en general. No obstante, al observarse que a nivel europeo se evoluciona hacia mecanismos de autorregulación como vía complementaria de la administrativa y teniendo en cuenta que, desde 1996, AUTOCONTROL se encarga de gestionar el sistema de autorregulación publicitaria en España, el alto grado de reconocimiento alcanzado por la misma, su credibilidad y autoridad técnica, así como el alto nivel de eficacia que ha alcanzado en la resolución de controversias en materia publicitaria, el Ayuntamiento de Madrid ha considerado conveniente prolongar y estimular esta colaboración, que le permitirá ser aún más eficaz en la vigilancia de la publicidad en la ciudad.

Línea de acción V

Divulgación y comunicación sobre consumo

La información y divulgación en materia de consumo destinada al público en general o bien a colectivos o sectores específicos es otra de las grandes líneas de actuación del Instituto Municipal de Consumo.

En el año 2021 se ha puesto especial énfasis en fomentar los contenidos digitales en detrimento progresivo del material impreso o facilitado en soporte papel a las personas consumidoras, tendencia en parte estimulada por la persistencia de la pandemia y las medidas puestas en marcha por las autoridades para la contención de su expansión. Estas circunstancias han contribuido a no hacer posible este año la instalación de puntos informativos sobre consumo en ejes comerciales o mercadillos en los que también se hacía una importante difusión de material divulgativo en colaboración con las asociaciones de consumidores integradas en el Consejo Municipal de Consumo.

Así pues, ha cobrado especial importancia la divulgación efectuada a través de la página web corporativa: www.madrid.es/consumo, en la que se han publicado numerosos contenidos promocionales para difundir y destacar novedades legislativas o de actualidad, así como especiales informativos, entre los que podemos destacar el extenso contenido sobre COVID-19, de actualización continuada, o el dedicado a la borrasca Filomena. Se ha puesto también gran interés en ampliar y mantener actualizada la página web propia del Área de Gobierno de Economía, Innovación y Empleo www.economia.madrid.es, estructurando mejor y ampliando sus contenidos y estableciendo los enlaces adecuados para mantener la información en ella reflejada, destacando a través del banner de su portada las cuestiones más relevantes de actualidad en materia de consumo.

Toda esta labor se complementa con el intenso trabajo en las redes sociales propias, así como con las numerosas actualizaciones de otros contenidos web, publicaciones, nuevas guías y folletos sobre consumo e información de interés para el sector empresarial como protocolos y resultados de campañas de inspección y códigos de buenas prácticas.

Complementariamente se han realizado campañas informativas en mobiliario urbano, con objeto de dar a conocer los servicios que presta el Ayuntamiento de Madrid, los acuerdos voluntarios con las empresas o el fomento del consumo sostenible y del Comercio Justo, cuestiones que han ido acompañadas con la realización de eventos de consumo, notas de prensa y publicaciones en el blog municipal.

5.1 Elaboración de material divulgativo

Guías, folletos, recomendaciones

Esta actividad tiene como fin proporcionar información general o sectorial sobre consumo. Cada año se van seleccionando entre las publicaciones un conjunto de materiales divulgativos que precisan actualización como consecuencia de modificaciones normativas o derivadas de la situación del mercado, estudiándose también la necesidad de generar nuevos materiales o proceder a una revisión completa de alguno de los existentes. Estos materiales se maquetan para su difusión a través de la web y, en ocasiones concretas se imprimen para su distribución en la OMIC o bien en los diversos programas y actividades informativas desarrollados a lo largo del año.

En 2021 debido a los importantes cambios normativos en el sector de electricidad se ha considerado oportuno generar un contenido del tipo “avisos y recomendaciones”, con formato propio, para proceder a su difusión general, lo que ha hecho factible haber ido incorporando las diversas modificaciones surgidas a lo largo del pasado año sobre la facturación eléctrica, que ha dado lugar a 4 revisiones.

En cuanto guías se han realizado las siguientes actualizaciones:



La guía de obligaciones básicas en materia de consumo proporciona información sobre la normativa que regula las actuaciones del sector empresarial frente a las personas consumidoras en el desarrollo de su actividad comercial.

En el ámbito de una firme apuesta por el desarrollo y crecimiento del empresariado madrileño, la intención de esta publicación es facilitar su implicación para contribuir a preservar los derechos de las personas consumidoras de bienes y servicios.



Es una extensa guía sobre los derechos de las personas consumidoras en la compra y alquiler de vivienda, que pretende fomentar el conocimiento general de un aspecto tan importante en la economía personal o familiar. En ella se describen las obligaciones esenciales del sector empresarial en la compra y arrendamiento de vivienda en cuanto a la publicidad, información precontractual, precios, garantías, reclamaciones, contratos, y cláusulas abusivas, entre otros aspectos.

Adicionalmente, se han desarrollado tres nuevos folletos breves dirigidos a las personas consumidoras para difusión general de sus derechos y resolver algunas cuestiones clave que muchas veces son objeto de duda o confusión general en las compras. Por su brevedad y sencillez pueden ayudar también al empresariado a conocer las cuestiones clave a las que les obliga la normativa vigente relativa a la protección de los derechos de las personas consumidoras.



Las últimas modificaciones del texto refundido de la Ley general para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias, así como la nueva Agenda europea del Consumidor, ponen el foco en la figura del consumidor vulnerable y establecen medidas o previsiones legales para conseguir una mayor protección de las personas que se encuentran en condiciones de vulnerabilidad. No cabe duda de que el colectivo de las personas mayores forma parte de este grupo, por lo cual se ha procedido a una completa revisión de una guía existente para abordar aspectos como la compra a distancia, los suministros del hogar, los servicios bancarios o el etiquetado de los productos, entre otros.

Finalmente, se ha generado una nueva guía destinada a difundir los servicios que presta la oficina municipal del consumidor y el ejercicio del derecho a reclamar.



Videos divulgativos



El Instituto municipal de Consumo está desarrollando un programa de actividades dedicado a la educación financiera de los consumidores.

Como actuación principal en este sentido en el año 2021 se han grabado con distintos agentes colaboradores de los sectores implicados, las asociaciones de consumidores y personal propio, un total de 97 microvideos divulgativos sobre los sectores de la banca, los seguros y las finanzas. Estos videos están preparados para su difusión a través de las redes sociales municipales, así como a través de los espacios web de consumo en 2022.

Como novedad este año y, en línea con avanzar en soportes y contenidos digitales como vía principal para la divulgación en materia de consumo y, teniendo en cuenta que durante el periodo de promociones del “Black Friday” se produce un volumen de ventas de los más importantes del año, se ha elaborado un video divulgativo sobre aspectos como las compras, las garantías, el comercio electrónico y las ofertas publicitarias, entre otros. Este video ha sido divulgado a través de un promocional en las páginas web y difundido a través de las redes sociales propias de consumo.

<https://twitter.com/i/status/1462716248190603279>

Carteles para campañas en mobiliario urbano



Para promoción del Comercio Justo se han realizado 2 campañas en marquesinas de autobuses. La primera en el entorno del Día Mundial de los derechos del Consumidor en el mes de mayo, para lo cual se imprimieron 220 carteles bajo el lema “Tu cesta con lo justo”, cuya creatividad fue desarrollada el año anterior.

La segunda campaña se realizó en el mes de octubre, mes Fairtrade, en el que tradicionalmente se desarrollan actividades de promoción del Comercio Justo. En esta ocasión fue diseñada una nueva campaña de comunicación con el lema “Cómpranos y ayuda a mantener el equilibrio” que fue proyectada en muppis estáticos (110), así como en muppis y pantallas digitales (escena encendida). Esta nueva creatividad también fue utilizada en la impresión de 4 roll-ups, los cuales fueron exhibidos durante la jornada de Comercio Justo que se celebró el 25 de octubre, en la Cámara Oficial de Comercio, Industria y Servicios de Madrid, para conmemorar los 10 años de la acreditación de Madrid como “Ciudad por el Comercio Justo”.





Con motivo del Día de Mundial de los Derechos del Consumidor y, en paralelo con otras actividades, se desarrolló una campaña de promoción del Sistema Arbitral de consumo (220 carteles), utilizando el mismo diseño de años anteriores. Además se realizó exhibió un gif animado en muppis digitales. Una segunda oleada tuvo lugar durante el mes de noviembre (110 carteles).

Finalmente, se ha procedido al diseño de una nueva campaña sobre el nuevo régimen de garantías de los productos, cuya entrada en vigor se produjo a partir del 1 de enero de 2022, bajo el lema “Tus productos cumplen años”, todo ello preparado para su exhibición en mobiliario urbano a principios de año y dar a conocer esta importante novedad para las personas consumidoras y el sector empresarial.



Códigos de Buenas Prácticas y material de apoyo



Durante 2021 se imprimieron, además de los dos CBP que habían sido objeto de revisión y actualización normativa correspondientes a los sectores del comercio de muebles (160 ejemplares) y del sector de Droguería, Perfumería y Cosmética (200 ejemplares), los respectivos carteles para la difusión de la adhesión a los CBP para estos dos sectores (100 ejemplares para el sector de muebles y 200 ejemplares para el cartel de adhesión en el sector de Droguería, Perfumería y Cosmética), así como un tercer cartel difusión de la adhesión correspondiente al sector del Comercio de Electrodomésticos (200 ejemplares).

Asimismo, se imprimieron los protocolos de autocontrol para los sectores cuyo CBP fue objeto de revisión durante 2021 (100 ejemplares para el sector de muebles y 200 para el de droguerías), a los que hay que añadir la actualización de un tercer protocolo de autocontrol, el correspondiente al sector de Talleres de Reparación de Automóviles, con 200 ejemplares.

El impreso de instrucciones para los protocolos de autocontrol se actualizó en un único modelo, válido para todos los protocolos, del que se imprimieron 500 ejemplares.

RELACIÓN DE MATERIALES DIVULGATIVOS 2021		
Material	Tipo	Acción
Guía sobre venta y alquiler de vivienda	Guía	Impresión de 1.100 ejemplares. Disponible en formato digital
Guía de Obligaciones básicas en materia de consumo dirigida a comerciantes y prestadores de servicios	Guía	Actualización y maquetación. Digital
Las personas mayores y el consumo	Guía	Revisión completa. Maquetación. Digital
10 claves para conocer tus derechos sobre consumo (actualización)	Folleto	Nuevo material. Maquetación. Digital
Las rebajas	Folleto	Revisión completa. Maquetación. Digital
Obligaciones de los establecimientos comerciales	Folleto	Revisión completa. Maquetación. Digital
Black Friday. Tus compras con garantías y sin complicaciones	Guía	Actualización. Digital
Oficina Municipal de Información al Consumidor	Guía	Nuevo folleto. Maquetación. Digital
La nueva factura de la luz	Avisos y recomendaciones	Digital (4 actualizaciones)
Cartel campaña Día Mundial del Comercio Justo	Cartel	Impresión y exhibición
Cartel campaña de Comercio Justo mes Fairtrade	Cartel	Diseño, impresión y exhibición
Cartel Campañas Sistema Arbitral de Consumo (2 oleadas)	Cartel	Impresión y exhibición
Cartel Campaña nueva garantía de los productos	Cartel	Nuevo diseño
Código de Buenas Prácticas sector "Comercio Muebles"	Código	Actualización (digital/impreso)
Código de Buenas Prácticas sector "Droguería, Perfumería y cosmética"	Código	Actualización (digital/impreso)
Protocolos de autocontrol de Códigos de Buenas Prácticas (3 sectores)	Formularios	Digital/impreso
Carteles de Códigos de Buenas Prácticas (3 sectores)	Carteles	Digital/Impreso
Videos de educación financiera (97 microvideos)	Video	Digital
Black Friday	Video	Digital

5.2 Actualización del contenido del espacio Web corporativo sobre consumo

Los contenidos de consumo dentro de la página web corporativa se encuentran dentro del área temática de Actividad Económica y Hacienda, contando además con una dirección amigable que permite el acceso directo www.madrid.es/consumo y otra que remite a los contenidos específicos sobre Comercio Justo: www.madrid.es/comerciojusto.

La actualización de estos espacios constituye una actividad continuada que afecta tanto a los especiales informativos de la OMIC, como los dedicados a las empresas adheridas al SAC y a CBP, así como a la información de interés para el sector empresarial como los protocolos de las campañas de inspección y sus evaluaciones, publicaciones, noticias, etc.

En 2021, se ha procedido a la actualización de los 17 espacios de información sectorial, adaptándose a las diversas modificaciones legislativas, especialmente sobre suministros energéticos (gas y electricidad).

Se han incorporado en la web varios promocionales sobre las actualizaciones normativas sobre suministros energéticos, como todas las novedades normativas en cuanto a la nueva factura de electricidad por tramos horarios, vigente a partir del 1 de junio de 2021, las actualizaciones de tarifas, la ampliación de los descuentos del bono social, las reducciones de los peajes e impuestos en la factura eléctrica, la transparencia y los cambios normativos en la factura de gas natural y el etiquetado energético de electrodomésticos. Toda esta información también se ha reflejado también a través en el portal MadridEsEconomía.

Además, se ha continuado actualizando el contenido publicado sobre COVID-19, constituyendo esta acción de divulgación general una herramienta esencial de apoyo a las personas consumidoras en el ejercicio de sus derechos, introduciendo los cambios necesarios para informar sobre los plazos y las medidas dictadas por el gobierno en cuanto al estado de alarma y los efectos de la pandemia. Por otra parte, se ha incluido toda la información relativa a la Carta de Servicios de la OMIC.

En total este proceso ha comportado 281 actualizaciones de la página web solo en lo que respecta a la OMIC, siendo este un indicador de dicha Carta de Servicios.

En los apartados dedicados al Arbitraje de Consumo y Códigos de Buenas Prácticas se ha continuado con la labor de actualización de empresas adheridas y publicando los 2 códigos sectoriales actualizados y sus respectivos protocolos. Con ocasión del nuevo régimen de garantías de los productos se ha publicado una adenda informativa que afecta a varios códigos a este respecto.

En la información destinada a empresarios, se han incluido los protocolos de las todas las campañas de inspección programadas para el año 2021, así como los resultados de las evaluaciones de las del ejercicio anterior.

El Diccionario de Consumo, accesible en la web, que cuenta con más de tres centenares de voces ordenadas alfabéticamente, ha incorporado en 2021 la de Consumidor vulnerable, tras la aprobación del Real Decreto-ley 37/2020, de 22 de diciembre, de medidas urgentes para hacer frente a las situaciones de vulnerabilidad social y económica en el ámbito de la vivienda y en materia de transportes, y del Real Decreto-ley 1/2021, de 19 de enero, de protección de los consumidores y usuarios frente a situaciones de vulnerabilidad social y económica. También se han introducido modificaciones en voces relativas a procedimiento sancionador y resolución de recursos.

PROMOCIONALES EN WEB

Otro medio de divulgación que se ha utilizado ampliamente son los promocionales publicados como contenidos destacados en la página principal de consumo dentro de la web corporativa, en los que se trata de hacer llegar al público objetivo recomendaciones más específicas sobre temas de actualidad, modificaciones normativas, materiales divulgativos y noticias en fechas o eventos señalados. En 2021 se han publicado hasta 21 promocionales, algunos de ellos constituidos a su vez por varios contenidos y que han sufrido las actualizaciones precisas a lo largo del año.

PROMOCIONALES EN WEB
Guía de Navidad 2020 que se mantuvo en enero hasta la finalización de las fechas navideñas.
Daños por la borrasca “Filomena”, con tres contenidos dedicados a unidades familiares y de convivencia, comunidades de propietarios y establecimientos y personas físicas y jurídicas, respectivamente).
Actualización general de los contenidos y píldoras informativas del especial COVID-19, durante el primer trimestre.
Mascarillas, con 2 contenidos dedicados a distintos tipos de mascarillas
Conmemoración del Día Mundial de los Derechos del Consumidor
Etiquetado energético de electrodomésticos
Webinario Food Wave
Día Mundial del Comercio Justo
Actualización COVID-19. Contenido Vivienda
Actualización COVID-19. Electricidad
Mascarillas actualización y nuevo contenido
La nueva factura de la electricidad
Modificación del tipo de IVA aplicado en la factura eléctrica
Las rebajas
Código QR en la factura de la electricidad
Nuevas tarifas del gas natural
10º aniversario de “Madrid Ciudad por el Comercio Justo
Programa de formación. Espacio para comerciantes.
Novedades en los suministros de gas y electricidad
Black Friday. Tus compras con garantía y sin complicaciones
Consumo en Navidad 2021

5.3 Página web corporativa “madrideseconomia”



Durante el ejercicio 2021, el IMC ha procedido a una completa revisión de los contenidos, publicaciones y enlaces de esta nueva página web creada para difundir los servicios y actividades del área de Economía, Innovación y Empleo, entre las empresas y la ciudadanía. El espacio dedicado a Consumo ha quedado estructurado en un menú que incluye los siguientes apartados: actualidad de consumo, información a las personas consumidoras, información para empresas, inspección de consumo, arbitraje de consumo, Comercio Justo y divulgación.

Como novedad importante, en 2021 se incorporó, entre otros contenidos, un espacio denominado “Actualidad de consumo” que sirve para destacar las principales novedades en esta materia y presentarlas de una forma más accesible al ciudadano. En este espacio de actualidad, se han publicado hasta un total de 14 contenidos promocionales centrados en aspectos tan variados como las novedades en la facturación de la electricidad, publicaciones como la guía de vivienda, o la guía del viajero, así como documentos relativos a novedades legislativas reseñables. Algunos de estos contenidos promocionales han tenido asociado un banner en portada para mayor difusión y facilidad de acceso. También se ha incorporado a esta web un espacio dedicado a difundir la información sobre Comercio Justo.

5.4 Redes sociales del Instituto Municipal de Consumo

Los canales institucionales en Twitter e Instagram (#consumomadrid) tienen un papel fundamental para desarrollar y mejorar las competencias de protección de los derechos de las personas consumidoras, y van incluyendo publicaciones diarias sobre información general o sectorial en materia de consumo, así como novedades legislativas y noticias de interés, procurando dar una difusión rápida a aquellos contenidos más destacados con el objetivo de hacer posible alcanzar un público objetivo cada vez más amplio.

Instagram



En esta red se han realizado 155 publicaciones durante el ejercicio 2021.

La cuenta Consumo Madrid en Instagram (<https://www.instagram.com/consumomadrid/>) continúa una tendencia de crecimiento sostenido en cuanto al número de seguidores



Twitter



En Twitter se han realizado, durante 2021, un total de 266 publicaciones. La cuenta de Twitter del IMC (<https://twitter.com/consumomadrid>), ha tenido también una tendencia de continuado crecimiento en cuanto al número de seguidores a lo largo del año, tal y como refleja el siguiente gráfico:



5.5 Campañas, actos y eventos de comunicación sobre consumo

Campañas

En el ejercicio 2021 se han realizado las siguientes campañas de comunicación:

Fomento del Sistema Arbitral de Consumo. Con la finalidad de dar a conocer este sistema extrajudicial de resolución de conflictos, su símbolo identificativo y fomentar la adhesión de las empresas, se desarrollaron dos campañas de difusión. La primera se exhibió en dos circuitos de marquesinas, con motivo de la celebración del Día del Consumidor y la segunda, en un circuito, del 8 al 14 de noviembre.

Día Mundial del Comercio Justo. En 2021, con motivo de la pandemia, no se pudo celebrar esta conmemoración, como era tradicional anteriormente, mediante el desarrollo de actividades lúdicas en la calle, si bien desde el Ayuntamiento de Madrid se apoyó dicha efeméride mediante una campaña divulgativa con el lema “Tu cesta con lo justo”, desarrollada en dos circuitos de marquesinas de autobuses del 24 al 30 de mayo, además de la organización de un seminario on-line, de actividad en web y en redes sociales.

Openday de Comercio Justo. Con ocasión de la celebración en octubre del mes Fairtrade y del décimo aniversario de la obtención de la acreditación de Madrid como “Ciudad por el Comercio Justo” se realizó un nuevo diseño para la campaña de comunicación llevada a efecto en un circuito de marquesinas, del 27 de septiembre al 3 de octubre, a lo que se sumó la exhibición de muppis digitales durante las mismas fechas, así como la utilización de tres pantallas digitales (Palacio de la prensa, Capitol y ECI), del 18 al 24 de octubre. El lema de la nueva campaña fue “Cómpranos y ayuda a mantener el equilibrio”.

Campaña especial COVID-19. Dadas las distintas oleadas sufridas por la pandemia durante el ejercicio 2021, se ha mantenido a lo largo del año una campaña plenamente digital, desarrollándose numerosos contenidos en web con documentos y píldoras informativas, además de un trabajo continuado en redes sociales, con el objetivo de dar inmediata difusión a las novedades legislativas introducidas como consecuencia del estado de alarma que estuvo vigente hasta el mes de mayo de 2021 y otras disposiciones relativas a plazos o a medidas para impulsar la reactivación económica, con efectos sobre el consumo.

Campaña de Navidad y Black Friday. Desarrollada también por medios digitales, para la promoción de un consumo responsable e informado en estas fechas tan señaladas en las que se produce un volumen importante de compras. En 2021 se elaboró un video divulgativo sobre Black Friday, que publicado en web junto con un folleto informativo y un documento divulgativo con recomendaciones para un consumo responsable e informado en las fechas navideñas.

Actos institucionales y prensa

La Dirección General del IMC ha organizado o participado a lo largo de 2021 numerosos actos institucionales y jornadas o seminarios:

- ◆ *Acto de firma del convenio entre el Ayuntamiento de Madrid y la Comunidad de Madrid* que sirve de instrumento para la coordinación y cooperación interadministrativa en todos los aspectos que afectan al consumo. El acto de firma por parte del delegado del Área de Economía, Innovación y Empleo y el Viceconsejero de Economía y competitividad de la Comunidad de Madrid, se realizó el 5 de marzo, en la sede de la Consejería de Economía, Hacienda y Empleo de la administración autonómica.

- ◆ *Acto conmemorativo del Día Mundial de los Derechos del Consumidor*, celebrado el 15 de marzo en el Palacio Cibeles con la intervención de la Vicealcaldesa de Madrid, del delegado del Área de Economía, Innovación y Empleo, del vicepresidente del Consejo Municipal de Consumo y de la organización empresarial CEIM. Contó con la asistencia de representantes de 40 entidades que colaboran con el IMC en el desarrollo de actividades de protección y defensa de los intereses de las personas consumidoras.
- ◆ *Jornada de lanzamiento y presentación del proyecto europeo “Food Wave”*. La presentación de este webinar, celebrado el 15 de abril, y que contó con ponentes de muy diversos ámbitos y la asistencia de más de 500 personas, corrió a cargo de la DG de Sostenibilidad y Control Ambiental y de la DG del Instituto Municipal de Consumo, encargándose esta última de exponer en síntesis las actividades que tenía previsto organizar la ciudad de Madrid, conforme a los compromisos adquiridos dentro del consorcio del proyecto.
- ◆ *Conmemoración del Día Mundial del Comercio Justo*. Para difundir los valores de este tipo de comercio, el IMC organizó una jornada telemática con intervención de distintos ponentes del sector empresarial, de las organizaciones de Comercio Justo y de expertos en este ámbito. Se celebró el 27 de mayo en forma de webinar.
- ◆ *Jornada de la Unión Europea de Ciudades Capitales Iberoamericanas (UCCI)*, destinada a dar a conocer a representantes de más de 20 países de América Latina la actividad desarrollada por el Área de Economía, Innovación y Empleo. Se celebró el 15 de junio y contó con las intervenciones de todos los directores generales del área.
- ◆ *Jornada sobre el Plan de Empleo*, que se celebró el 17 de junio. En este webinar se expusieron por parte de la DG del IMC las actividades que en materia de consumo tenían relación con las líneas de actuación de dicho plan municipal.
- ◆ *Firma del Convenio entre el Ayuntamiento de Madrid y Autocontrol* en materia de control y regulación de la publicidad que se presentó en un acto público celebrado en el Palacio de Cibeles el 8 de octubre y contó con la intervención de la Vicealcaldesa de Madrid.
- ◆ *Jornada sobre Justicia global y alimentación sostenible gracias al Comercio Justo*. En esta jornada telemática, destinada a municipios catalanes y organizada por la coordinadora catalana de Comerç Just y Finances etiques el 20 de octubre, participó la DG del IMC para exponer la actividad desarrollada por Madrid en materia de fomento del Comercio Justo, junto con representantes de otras ciudades españolas y de otros países europeos.
- ◆ *Jornada formativa para miembros de organizaciones empresariales* para explicar el nuevo régimen de garantías de los productos aplicable a partir de 2021. Este webinar técnico organizado por el IMC, a petición de los vocales empresariales del

Consejo Municipal de Consumo, se celebró el 21 de octubre y fue también retransmitido en streaming.

- ◆ *Conmemoración del 10º aniversario de la acreditación de Madrid como “Ciudad por el Comercio Justo”*. Jornada técnica semipresencial celebrada el 25 de octubre y que contó con varias mesas temáticas y ponentes nacionales e internacionales, cuya inauguración corrió a cargo de la Vicealcaldesa de Madrid y que fue clausurada por el delegado del Área de Gobierno de Economía, Innovación y Empleo.

- ◆ *Acto de presentación del proyecto piloto sobre acceso a banca y servicios digitales*, por parte del delegado del Área de Gobierno de Economía, Innovación y Empleo, en el centro de mayores de Canillejas, en la Calle Esfinge 35, en colaboración con el Área de Familias, igualdad y bienestar social y el Distrito de San Blas (5 de noviembre).



- ◆ *Acto institucional de apertura de la Feria Biocultura en IFEMA*, con la intervención de la directora general del Instituto Municipal de Consumo en representación del Ayuntamiento de Madrid.
- ◆ *Sesión de presentación ante la coordinación europea del proyecto Food Wave* de las actividades desarrolladas por la ciudad de Madrid y las perspectivas futuras. Jornada presencial realizada en el huerto del Retiro, el 16 de noviembre, con intervención de la DG del IMC para exponer la contribución en materia de consumo realizada en el marco de este proyecto.

- ◆ *Apertura de la asamblea Anual de la Plataforma Madera Justa*, celebrada el 16 de diciembre y organizada por la Fundación Copade con la que se tiene establecido un convenio de colaboración referido a impulsar las actividades de esta plataforma como promoción de un consumo responsable de estos productos y la difusión del sello “Madera Justa”.



La actuación en materia de divulgación y comunicación ha dado lugar en 2021 a la publicación de 10 notas de prensa o inserciones en el blog del Ayuntamiento de Madrid, que han tenido repercusión en distintos diarios y periódicos y que afectan a toda la actividad realizada en materia de consumo.

Línea de acción VI

Participación, colaboración y coordinación en consumo

Se recogen en esta línea de acción las acciones desarrolladas en el ejercicio de la competencia de cooperación en materia de consumo con otros organismos públicos y entidades dedicados a la defensa y protección de las personas consumidoras y las relativas a la coordinación técnica de los servicios de consumo de los distritos, así como a la colaboración con otros servicios municipales.

Adicionalmente, se detalla la actividad desarrollada en el Consejo Municipal de Consumo, como órgano de participación sectorial, así como los programas de colaboración desarrollados con las asociaciones de consumidores, en el ejercicio de la competencia que tiene asignada el IMC de fomento del asociacionismo en materia de consumo.

6.1 Coordinación y colaboración interadministrativa

Colaboración y coordinación con los Distritos

El Acuerdo de 27 de junio de 2019 de la Junta de Gobierno de la ciudad de Madrid, de organización y competencias del Área de Gobierno de Economía, Innovación y Empleo, atribuye al IMC la competencia de fijar directrices y establecer criterios técnicos de actuación, a fin de que la acción inspectora y la atención al ciudadano en la OMIC sea homogénea en todo el municipio, así como la de impulsar la coordinación e interlocución con los distritos en materia de consumo manteniendo entre ambos órganos canales de comunicación.

Para su desarrollo se han mantenido 6 reuniones con los representantes de las unidades de consumo y de la división de OMIC de los distritos, incluyendo en el orden del día aquellas actuaciones y materias que requerían una puesta en común en lo que respecta a la actividad inspectora o a la desplegada por la OMIC.

También se han difundido numerosas convocatorias de actividades formativas desarrolladas por la Comunidad de Madrid o por otros organismos y desde el IMC se ha impulsado una jornada formativa para los empleados municipales de los servicios de consumo en impulso de la notificación electrónica.

Actividad inspectora y de control del mercado

Para el desarrollo de la actuación inspectora en el ejercicio 2021 por las unidades consumo de los 21 distritos, en cuanto a campañas y protocolos de inspección, se mantuvo una reunión con los representantes de dichas unidades, con el objetivo de determinar, teniendo en cuenta las circunstancias sobrevenidas y el contenido previsto de las campañas de

inspección propuestas, cómo había de desarrollarse su ejecución por parte del IMC y los distintos distritos.

Se celebró una reunión específica con los inspectores adscritos a las unidades de Consumo de los distritos que intervienen en la campaña de seguridad de los productos, (Arganzuela, Vicálvaro, Centro, Chamartín, Chamberí, Usera, Moratalaz y Barajas), donde se explicó el protocolo de actuación y se resolvieron las numerosas dudas sobre la materia.

Como consecuencia de las modificaciones normativas sobre las mascarillas higiénicas, se elaboró un nuevo protocolo de inspección de mascarillas y se organizó una reunión formativa telemática, en la que se ofreció amplia explicación de la campaña a desarrollar y un estudio detallado de las mascarillas higiénicas que hay en el mercado y sus principales deficiencias. Debido a la persistencia de la pandemia se determinó ampliar el alcance de la inspección a las mascarillas no higiénicas, excluyendo en todo caso las que se consideran equipos de protección individual, que son objeto de control por Madrid Salud.

Por ello, se elaboró un nuevo protocolo de inspección y control de venta de mascarillas no higiénicas, que fue presentado en una nueva reunión por vía telemática con todos los distritos, además de elaborar por parte del IMC distintos documentos de resolución de dudas y cuestiones interpretativas para el correcto desarrollo de la misma. Adicionalmente, se creó una hoja de cálculo donde cada distrito debe incluir diariamente las mascarillas inspeccionadas, su marca y características junto con las deficiencias detectadas. Posteriormente, el Servicio de Inspección del IMC la distribuye a todas las unidades para conocimiento general de las que han sido retiradas del mercado y las deficiencias que presentaban.

En 2021 se ha realizado la programación y ejecución de 12 campañas de inspección, determinando las directrices para su ejecución a través de las reuniones mantenidas y el foro de campañas de Inspección, que son las siguientes:

Campañas de continuación:	Campañas singulares:
1. Inspección y control de Venta Ambulante Autorizada 2. Inspección y control General de Establecimientos 3. Inspección y control de Promoción de Ventas 4. Campaña de Navidad. 5. Campaña de toma de muestras 6. Seguridad de los Productos (8 Distritos) 7. Comercio electrónico (Venta e información por Internet)	8. Control de Productos en Bazares 9. Talleres de automóviles 10. SAT Móviles y electrónica 11. Centros de manos y pies 12. Mascarillas

Se mantienen activadas las fichas de las campañas de inspección de clínicas dentales, gasolineras y gimnasios, con el objeto de ir finalizando la totalidad del censo de los establecimientos de estas actividades.

↳ Nueva atención telefónica desde las OMIC de los distritos

El mantenimiento de la situación epidemiológica provocada por la COVID 19 ha obligado a seguir priorizando la atención telefónica e incrementar progresivamente la presencial, para facilitar el acceso a la función de consulta y gestión de reclamaciones en todas las oficinas.

Se han coordinado y transmitido las soluciones propuestas, por el servicio de Implantación y Seguimiento de servicios a los problemas surgidos con la nueva aplicación informática de Cita Previa, así como las asistencias de todos los usuarios de Cita Previa OMIC a las sesiones formativas impartidas a través de Teams por este Servicio.

↳ Mantenimiento del espacio AYRE/Distritos/Consumo

Se ha continuado con las tareas de mantenimiento del espacio dedicado a consumo en la intranet AYRE, como canal permanente de comunicación con los distritos, compartiendo a través de él los documentos de trabajo necesarios para unificar los criterios de actuación.

Dentro de este espacio se publican, entre otros, documentos, informes técnicos, planes y programas, memorias de actividad, así como instrucciones, procedimientos y resultados de evaluación de los sistemas de calidad implantados en los servicios de consumo.

A través del foro existente en este canal, el personal técnico de consumo de los 21 distritos ha formulado sugerencias de mejora de los protocolos utilizados en cada campaña, así como consultas sobre criterios de actuación, que fueron evaluadas e incorporadas a los protocolos definitivos. Ha destacado la participación en todas las campañas de inspección y control, con la elaboración de diversos informes como respuesta a las consultas formuladas.

↳ Distribución de documentación técnica para apoyo a los distritos

Esta actividad realizada por el IMC tiene como fin servir de apoyo permanente a la actuación de los distritos en materia de consumo, manteniendo actualizados los conocimientos sobre aspectos técnicos o normativos para facilitar su labor.

Con este fin, se remiten a los distritos las sentencias dictadas por los tribunales, en relación con los expedientes sancionadores iniciados por el IMC y por la Dirección General de Comercio y Consumo de la Comunidad de Madrid, junto con los boletines mensuales de la Comunidad de Madrid y restantes comunicaciones recibidas a través de la Unidad de Apoyo a las Entidades locales, así como la revista mensual de Autocontrol referida a la publicidad.

Adicionalmente, el IMC prepara índices mensuales de las disposiciones normativas publicadas en los boletines oficiales que puedan tener incidencia en materia de consumo, que también se distribuyen a los distritos, con carácter periódico.

Integración con otros planes, proyectos y grupos de trabajo municipales

El IMC ha colaborado con otros servicios y proyectos municipales, a través de la integración en mesas de trabajo, como vocal de los órganos colegiados, o como participante asociado en el consorcio de proyectos. En concreto, en el ejercicio 2021 fueron los siguientes:

- ◆ Programa de Operativo de Gobierno del Ayuntamiento de Madrid
- ◆ Estrategia de localización de los Objetivos del Desarrollo Sostenible
- ◆ Mesa del Pacto de Milán. Estrategia alimentaria
- ◆ Consejo de Comercio de la Ciudad de Madrid
- ◆ Colaboración en la red Autenticidad
- ◆ UCCI
- ◆ Proyecto Climate Kic.
- ◆ Proyecto Europeo Food Wave
- ◆ Mesa Estrategia municipal de prevención del trastorno adictivo del juego

↳ Programa Operativo de Gobierno

El programa de esta legislatura comprende un total de 12 acciones cuyo impulso corresponde al IMC. Estas acciones involucran a todos los servicios integrados dentro del IMC y se enmarcan en distintos planos, como los de modificación normativa, de revisión de procedimientos e impulso de su digitalización, de mejoras para los servicios de atención directa al ciudadano y en los canales de información, de fomento del consumo responsable y del Comercio Justo y de refuerzo de servicios municipales como el arbitraje de consumo.

Durante el año 2021 se ha procedido a la ejecución escalonada de las fases que integran las distintas acciones, estableciendo los pesos relativos de estas, sus metas e indicadores de evaluación. Todas las acciones se encontraban a final de año con un grado de ejecución del 81,62% como media, estando siete de ellas con un nivel de ejecución del 100%.

↳ Estrategia de localización de los Objetivos del Desarrollo Sostenible



El IMC ha participado en la conformación de esta estrategia municipal y en su interrelación con el Programa Operativo de Gobierno de esta legislatura, contribuyendo a sus líneas estratégicas de desarrollo con 3 acciones propuestas, cuya ejecución corresponde a esta dirección general y que se refieren, respectivamente, a formación en materia de consumo sostenible, a la información sobre consumo destinada al colectivo de personas vulnerables y al fomento del Comercio Justo. Estas acciones han quedado integradas en la Estrategia en dos de los ODS de las Naciones Unidas sometida a aprobación, en concreto en el objetivo 4 “Educación de calidad” y en el 12 “Producción y consumo responsables”.

Determinados en el ejercicio anterior los 5 indicadores de evaluación y establecidos sus valores de base y sus metas para 2030, por parte del IMC se ha procedido a la revisión documental indicada por la coordinación de la estrategia y se han facilitado los valores de estos indicadores correspondientes al ejercicio 2020, para contribuir a su primera evaluación anual.

↳ Estrategia alimentaria. Mesa del Pacto de Milán

Con ocasión de la Exposición Universal 2015 en Milán, más de 100 ciudades de todo el mundo, incluida Madrid, firmaron el Pacto de Política Alimentaria Urbana de Milán (MUFPP), el primer protocolo internacional en materia alimentaria impulsado desde el ámbito municipal. Uno de los ejes estratégicos del Pacto de Milán es la gobernanza y, en línea con él, el Ayuntamiento de Madrid constituyó, en febrero de 2016, la Mesa de Seguimiento del Pacto de Milán como espacio de diálogo y puesta en común para promover la coordinación de las áreas de gobierno y la colaboración con la sociedad civil organizada, en la que viene participando el IMC, junto con otras direcciones generales municipales y distintas entidades y agentes sociales.

Fruto de los trabajos de esta mesa se elaboró la “Estrategia de alimentación saludable y sostenible (2018-2020)” en la que quedaron incorporadas una serie de medidas cuyo impulso correspondía a esta dirección general. Se ha procedido a la revisión documental necesaria para el informe de evaluación final de esta estrategia y se ha contribuido con propuestas para la elaboración de la próxima estrategia alimentaria que se encuentra en fase de preparación.

↳ Consejo de Comercio de la ciudad de Madrid

El IMC ostenta una de las vocalías de este consejo sectorial que canaliza la participación en materia de comercio. Durante el ejercicio 2021 ha seguido participando en las reuniones convocadas de este consejo.

↳ Red Autenticidad

El IMC contribuye a la acción desplegada por el Área de Gobierno de Economía, Innovación y Empleo en la lucha contra la venta ilegal y las falsificaciones. Para ello, una de las acciones incluidas en el Programa Operativo de Gobierno consiste en incluir en los materiales divulgativos sobre compra de bienes y en la formación en materia de consumo mensajes contra la venta ilegal y las falsificaciones, introduciendo las recomendaciones pertinentes dirigidas a las personas consumidoras. Con ello se pretende también contribuir al cumplimiento de los compromisos adquiridos con la prevista incorporación de Madrid a la red europea “Autenticidad”.

Esta acción tiene dos indicadores para evaluar su cumplimiento. El primero de ellos se refiere a las “Acciones de comunicación contra la venta ilegal incluidos en materiales divulgativos sobre consumo”. Incluye los folletos y guías y otros materiales divulgativos de elaboración propia, así como los contenidos promocionales desarrollados en las páginas web corporativas y los mensajes en las redes sociales propias del IMC. La meta establecida para este indicador a fin de mandato era 25. Sin embargo, se ha superado ya ampliamente, al tomar este indicador a final de 2021 un valor de 360.

El segundo indicador incide sobre la acción formativa por ser el “Número alumnos/as formados/as sobre venta ilegal en talleres de consumo”, a través de la actividad desarrollada en los programas anuales de formación desarrollados por el IMC y, en particular, en los talleres destinados a la enseñanza secundaria, el bachillerato y la formación profesional. La meta a final de mandato establecida fue de 1200, valor que ha sido ya ampliamente superado, arrojando a final de 2021 un valor de 4948 asistentes a los 228 talleres realizados destinados a estas etapas del ciclo educativo.

↳ Proyectos Climate kic y Dear Food Wave

(Véase las líneas de acción V y VII).

Mesa para la estrategia municipal de prevención al trastorno adictivo del juego



En este grupo de trabajo en el que se han integrado distintas áreas de gobierno para la elaboración y posterior ejecución y evaluación de una estrategia municipal que permita luchar contra la proliferación de este tipo de locales y el trastorno adictivo de la ludopatía en nuestra ciudad. El IMC realizó una serie de estudios previos de revisión legislativa y de análisis de su competencia inspectora en este tipo de locales, que resulta muy limitada, en virtud de lo dispuesto en la Ley 6/2001, del Juego en la Comunidad de Madrid.

Durante el ejercicio 2021, el IMC ha participado en las reuniones de esta mesa y elaborado una serie de propuestas y observaciones a los documentos preparatorios de la estrategia municipal. En 2021 ha propuesto dentro de sus distintos ejes las acciones a desarrollar por el IMC y sus correspondientes indicadores. El documento definitivo de la estrategia a finales del ejercicio estaba muy avanzado, pero aún pendiente de aprobación.

Colaboración con la Dirección General de Comercio y Consumo de la Comunidad de Madrid

Convenio de colaboración suscrito con la Comunidad de Madrid en materia de consumo



La Comunidad de Madrid y el Ayuntamiento de Madrid suscribieron un convenio cuya firma se produjo el 16 de febrero de 2021. Este convenio ha supuesto la revisión de todo su clausulado, cuya vigencia podrá mantenerse a lo largo de los próximos años, efectuando las adendas de prórroga pertinentes. También esta actualización y revisión ha permitido la plena adaptación a la regulación establecida en la Ley 40/2015, de 1 de octubre, de Régimen Jurídico del Sector Público.

Permite mantener los cauces de colaboración y coordinación entre ambas administraciones, para lograr así una protección más eficaz de las personas consumidoras y una distribución más eficiente de los recursos mutuos destinados a este objetivo.

El convenio abarca todos los aspectos de la actividad de los servicios de consumo:

- ◆ Los servicios de consumo de ambas administraciones realizan de manera coordinada actividades de información y formación dirigidas a personas consumidoras, tales como el intercambio de material divulgativo y programas de formación.
- ◆ La gestión de las reclamaciones, las solicitudes de información y las denuncias se realiza de forma coordinada conforme a los criterios que establece el convenio de reparto de asuntos.

- ◆ Se establecen criterios comunes para la tramitación de solicitudes de arbitraje y de la adhesión de las empresas, junto con la delimitación de los asuntos que compete resolver a cada administración.
- ◆ Con respecto a la inspección de consumo, se establecen criterios comunes en las actuaciones inspectoras en la ciudad de Madrid y se colabora mutuamente en la resolución de dudas y consultas, remitiéndose las sentencias correspondientes a cada organismo para su mutuo conocimiento.
- ◆ Igualmente se colabora en materia de formación del personal, ya que los técnicos municipales pueden asistir como alumnos a los cursos ofertados por la Dirección General de Comercio y Consumo de la Comunidad de Madrid, de carácter presencial o virtual.

Participación en los órganos de consumo autonómicos

El IMC participa en el Pleno del Consejo de Consumo de la Comunidad de Madrid y en su Comisión Permanente, a través de la Dirección General de Consumo, así como en las reuniones de algunas de sus comisiones.

A lo largo del año 2021, el IMC ha participado en 12 reuniones de la Comisión Permanente del Consejo, de la que es vocal la directora general, contribuyendo a la revisión de los numerosos proyectos normativos que se han presentado ante dicha comisión.

6.2 Participación ciudadana en consumo

El Consejo Municipal de Consumo

El Consejo Municipal de Consumo es el consejo sectorial que canaliza la participación en materia de consumo, a través de las organizaciones empresariales y de las asociaciones de consumidores y del resto de vocales que se integran su composición. Es un órgano de carácter consultivo que desarrolla funciones de informe, consulta y propuesta en relación con las competencias que el Ayuntamiento de Madrid ostenta en esta materia.

Durante el año 2021 el pleno del Consejo Municipal de Consumo se ha reunido en dos ocasiones, concretamente en los meses de marzo y de julio. En estas reuniones se han planteado temas como la modificación de la Ordenanza de Consumo de la ciudad de Madrid con solicitud de propuestas por parte de los vocales, así como la preparación de nuevos convenios de información en espacio público y la participación de las asociaciones de consumidores.

No obstante, fuera de sus sesiones plenarias se ha mantenido contacto permanente con los vocales de las distintas asociaciones de consumidores y organizaciones empresariales para el desarrollo de proyectos concretos y el cumplimiento de las distintas resoluciones adoptadas en el ámbito del Consejo.

Colaboración con las organizaciones de consumidores



Durante el año 2021 se ha mantenido la línea de colaboración existente con asociaciones de consumidores integradas en el Consejo Municipal de Consumo, a través de la firma de nuevos convenios bilaterales para la realización del programa de asesoramiento personalizado a las personas consumidoras.

Con este instrumento se desarrollan dos políticas públicas: la primera consistente en la defensa de los derechos e intereses legítimos de los consumidores, incluyendo su información, formación y educación; y la segunda el fomento y apoyo a las organizaciones de consumidores de ámbito local.

Convenios para la realización del Programa de asesoramiento personalizado a los consumidores

Este convenio supone como novedad respecto a los convenios suscritos anteriormente:

- ➔ Por un lado, la refundición del “programa de orientación jurídica a los consumidores” y el “programa de asesoramiento económico a los ciudadanos” (recogidos hasta la fecha en dos convenios independientes), en un único programa. Fruto de la experiencia en el desarrollo de estos dos programas en los ejercicios anteriores y con la finalidad de conseguir una mayor eficacia de los programas de información, orientación y asesoramiento a los consumidores y consumidoras madrileños, se consideró conveniente desarrollar un único programa que recoja el asesoramiento integral de las consultas formuladas por las personas consumidoras, ya que en numerosas ocasiones tienen contenido mixto: jurídico y económico.
- ➔ Por otro lado, este programa se puede prestar por diferentes canales, para garantizar una atención plenamente personalizada, asegurando las condiciones necesarias de protección y respetando las medidas de seguridad y protocolos establecidos derivados de la emergencia sanitaria causada por el COVID 19: modalidad presencial en OMIC Central con cita previa, modalidad telefónica con cita previa y modalidad por escrito o a través de correo electrónico, según las necesidades que se aprecien en cada momento para mayor eficiencia de los servicios de información, orientación, atención y tramitación que se prestan en la OMIC Central.



Así pues, este programa de asesoramiento personalizado tiene como objetivo proporcionar información y asesoramiento jurídico y económico a los consumidores, basado en los principios de gratuidad, confidencialidad e independencia, con carácter personalizado y tratando de adaptarse a las circunstancias específicas de la persona que solicite dicha atención, dando cobertura a diferentes líneas de consulta:

↳ Por un lado, proporcionar orientación jurídica relativa a aquellos supuestos y controversias que los/as ciudadanos/as deseen plantear, siempre que afecten a sus relaciones de consumo.

↳ Y, por otro, dar respuesta y orientación a las consultas formuladas en relación con los sectores que puedan afectar a la economía familiar o personal (contratación de suministros, créditos y préstamos, contratación de seguros y planes de pensiones, y similares), así como apoyo y ayuda en la planificación y gestión de su economía doméstica y de ahorro.

En la ejecución de este programa, técnicos/as designados por las asociaciones e identificados como representantes de estas, han ofrecido respuesta a las consultas planteadas, por vía telefónica con cita previa, habiendo sido objeto de valoración muy positiva por parte de sus usuarios/as. Se han ofertado un total de 2.170 horas de asesoramiento, desarrolladas por 7 asociaciones de consumidores que forman parte el Consejo Municipal de Consumo (310 horas por asociación).

Convenios para el mantenimiento del sistema arbitral de consumo

En 2021 se han suscrito un total de 30 convenios de colaboración para garantizar el funcionamiento del Sistema Arbitral de Consumo en el ámbito del Ayuntamiento de Madrid, de los cuales 15 se han firmado con asociaciones de consumidores y los 15 restantes con organizaciones empresariales.

Asimismo, como consecuencia de la realización de un número de vistas arbitrales superior al estimado originalmente en los convenios anteriormente citados, se tramitaron 14 adendas complementarias con el objetivo de incrementar el crédito disponible y hacer frente al pago de los vocales árbitros, de las cuales 12 correspondieron a asociaciones de consumidores y 2 a organizaciones empresariales.

Durante este ejercicio han formado parte de los colegios arbitrales de la Junta Arbitral de Consumo del Ayuntamiento de Madrid, 14 asociaciones de consumidores y 12 organizaciones empresariales, conforme a los convenios vigentes a tal efecto.

Convenio de colaboración entre el Ayuntamiento de Madrid y organizaciones de Comercio Justo de Madrid

Con carácter previo a la finalización de la vigencia del convenio entre el Ayuntamiento de Madrid y las organizaciones de Comercio Justo: PROYDE, SETEM-MCM, IDEAS-Iniciativas de Economía Alternativa y Solidaria S. Coop. And., Fundación Comercio para el Desarrollo (COPADE), OXFAM-INTERMÓN y la Asociación del Sello de productos de Comercio Justo Fairtrade Ibérica, se ha suscrito una adenda de prórroga por dos años, cuyos efectos se extienden desde el 22 de mayo de 2021 al 22 de mayo de 2023.

Este convenio, sin contenido económico, tiene como objetivos: regular la cooperación entre las entidades relacionadas con el Comercio Justo y el Ayuntamiento de Madrid en materia de Comercio Justo, dar a conocer sus valores entre la ciudadanía de Madrid, participar en actividades relacionadas con el programa de trabajo del Foro Municipal de Comercio Justo, favorecer la disponibilidad y oferta de los productos de Comercio Justo en nuestra ciudad y la incorporación de dichos productos en la compra pública.

Línea de acción VII

Fomento del consumo responsable

Entre las competencias del IMC se encuentra la de fomento del consumo responsable y del Comercio Justo. Para su ejercicio, se desarrollan campañas y acciones de sensibilización y promoción de un modelo de consumo económica, ambiental y socialmente sostenible, a través de instrumentos como la firma de convenios y la participación en proyectos de colaboración con otros servicios municipales, entidades y agentes implicados.

En esta línea de acción se resumen también las actividades realizadas en materia de Comercio Justo para el mantenimiento de la acreditación con que cuenta la ciudad de Madrid desde 2011 de “Ciudad por el Comercio Justo”, dentro de la campaña internacional de ciudades de la que forman parte más de 2000 municipios en todo el mundo, todo ello conforme a los programas de trabajo que se elaboran desde el IMC y se someten a consulta y aprobación del Foro Municipal de Comercio Justo (en adelante, FMCI).

7.1 Madrid, Ciudad por el Comercio Justo

El Foro Municipal de Comercio Justo

El FMCI es un órgano colegiado de asesoramiento y evaluación cuyos vocales representan a distintas áreas de la administración, al asociacionismo vecinal, a las ONG de Comercio Justo y a las organizaciones empresariales y de consumidores, así como a la entidad responsable del Programa Internacional de Ciudades por el Comercio Justo en España.

El 25 de febrero de 2021 fue modificado el Decreto de 4 de marzo de 2020 del delegado del Área de Gobierno de Economía, Innovación y Empleo por el que se nombran vocales y secretaria del Foro Municipal de Comercio Justo, con el objetivo de proceder al nombramiento de la secretaria suplente del Foro, así como para la actualización del cargo de uno de los vocales.

Durante el ejercicio 2021, el FMCI se reunió en dos ocasiones, la primera tuvo lugar el día 9 de marzo, con el fin de presentar el Informe diagnóstico 2017-2018; aprobar el Programa de Trabajo 2021 e informar a sus miembros sobre el estado de revisión de criterios en el marco del Programa Internacional de Ciudades por el Comercio Justo.

La segunda reunión tuvo lugar el 25 de noviembre, y en su orden del día se incluía la presentación del Informe diagnóstico 2019-2020, dar cuenta del Informe de seguimiento de actuaciones realizadas en 2021 y presentar el Programa de Trabajo 2022/2023 para su aprobación.

Actuaciones programadas sobre Comercio Justo en 2021

Además de la actividad descrita el FMCI, para el fomento del Comercio Justo en nuestra ciudad se han realizado hasta 16 acciones de fomento del Comercio Justo, que se sintetizan en las siguientes actividades:

- ◆ Con ocasión de la conmemoración del Día Mundial del Comercio Justo, el segundo sábado del mes de mayo, y dadas las circunstancias especiales del momento motivadas por la pandemia del Covid 19, se optó por el desarrollo de un webinar denominada “Comprometidos con el desarrollo sostenible”, dirigido a entidades, empresas y público en general. Se contó entre los ponentes con la participación de diferentes agentes comprometidos con el Comercio Justo que hicieron una recopilación de buenas prácticas desde la perspectiva del sector público, la distribución, el comercio y los centros educativos.



- ◆ El webinar fue complementado por una campaña de comunicación en mobiliario urbano bajo el lema ‘Tu cesta con lo justo’ (véase también la Línea de acción V).
- ◆ Con motivo de la conmemoración del décimo aniversario de la acreditación de Madrid como ciudad por el Comercio Justo, fue organizada una Jornada semipresencial que tuvo lugar el 25 de octubre en la Cámara Oficial de Comercio, Industria y Servicios de Madrid. Su objetivo fue dar visibilidad a las principales iniciativas y proyectos impulsados en nuestra ciudad a lo largo de estos años, en colaboración con los diferentes agentes implicados (instituciones, sector público, canales de distribución, comercios, centros educativos y de la red europea de ciudades por el Comercio Justo). Se contó con la participación de 45 asistentes presenciales y difusión en streaming.
- ◆ Para esta conmemoración fue diseñada una novedosa y potente campaña de comunicación que, con el lema “Cómpranos y ayuda a mantener el equilibrio” con los productores, con el planeta y con la calidad-precio. (Véase también la línea de acción V).
- ◆ También se desarrolló paralelamente con ocasión de la celebración del Mes Fairtrade una campaña de difusión mediante la incorporación de contenidos en las

redes sociales propias y webs municipales (www.madrid.es/consumo y www.economia.madrid.es).

- ◆ Respecto a la acción formativa de los empleados municipales cabe destacar la realización del curso sobre “Consumo sostenible y Comercio Justo” (véase la línea de acción II).
- ◆ Para difundir el CJ entre la población escolar se desarrollaron, en el marco del Programa de formación en materia de consumo que desarrolla el IMC, 47 talleres sobre la temática específica de Comercio Justo en centros educativos de nuestra ciudad.
- ◆ Se ha suscrito una Adenda prórroga del convenio de colaboración entre el Ayuntamiento de Madrid y las organizaciones de Comercio Justo (véase también la línea de acción VI).
- ◆ Se ha dado continuidad a otras actividades tales como la participación en la Red europea de ciudades por el Comercio Justo y la Integración del Comercio Justo en otras políticas municipales, como la Estrategia de localización de los Objetivos del Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas, la mesa del pacto de Milán y el Programa Operativo de Gobierno de esta legislatura.
- ◆ Otra de las acciones ha consistido en la integración del Comercio Justo en el Proyecto Food Wave, así como en la presentación de acciones de Comercio Justo en la reunión de Madrid con la coordinadora del proyecto en Milán.
- ◆ Se ha llevado a cabo una profunda revisión del espacio sobre Comercio Justo existente en la web www.madrid.es, habiéndose actualizado sus contenidos con carácter general, en particular, los relativos a listado de establecimientos que ofrecen este tipo de productos (comercios y hostelería); eventos; documentación técnica (informes diagnósticos 2017/2018 y 2019/2020) y el plan de trabajo del FMCJ 2022-23.
- ◆ Se ha procedido a la creación de un espacio sobre Comercio Justo en la nueva web del Área de Economía, Innovación y Empleo (www.economia.madrid.es).
- ◆ Durante las fiestas navideñas se llevaron a cabo acciones de difusión de diferentes contenidos sobre Comercio Justo a través de las redes sociales propias y las de las organizaciones de Comercio Justo. Igualmente se ha promovido la inclusión de estos a través de los promocionales desarrollados en la web con ocasión de la Campaña de Navidad.

Red europea de ciudades por el comercio justo

Madrid, tras la obtención del accésit en la primera edición del premio convocado por la DG Trade de la Unión Europea, para ciudades por su actuación en materia de Comercio Justo y ético, forma parte de la red europea constituida por las ciudades finalistas en la primera y segunda ediciones de dichos premios, en concreto, las ciudades de: Bremen, Dortmund, Gante, Gotemburgo, Jelenia Góra, Lyon, Madrid, Malmö, Neumarkt, Saarbrücken y Stuttgart.



Esta red proporciona una plataforma en la que las ciudades pueden compartir sus buenas prácticas, intercambiar información y experiencias, que sirvan de aprendizaje mutuo a partir de acciones desarrolladas en la práctica en cada una de ellas.

Durante 2021 la red ha realizado estudios y ha invitado a otros agentes europeos a exponer sus prácticas y puntos de vista, abordándose en cada una de las reuniones periódicas de carácter trimestral temáticas específicas sobre sostenibilidad urbana y consumo responsable y ético. En diciembre de 2021 se produjo la reunión final de la red de ciudades y Madrid ha participado en la solicitud a la UE de fondos para dar continuidad de este proyecto, planteada por el conjunto de miembros y liderada por la ciudad de Gante.

7.2 Actuaciones en materia de consumo sostenible

Durante el año 2021, además de las específicas de Comercio Justo, se realizaron 10 acciones de promoción del consumo sostenible, que se enmarcan en los siguientes ámbitos.

Acción divulgativa

Se ha realizado la tradicional campaña de consumo sostenible en Navidad, con inserciones de consejos de consumo responsable en Navidad en web y contenidos en redes sociales.

A esta campaña navideña se suma la realizada en Black Friday, por ser actualmente esta época del año una de las de mayor volumen de ventas.

Además, por parte de la DG del IMC se ha intervenido en representación del Ayuntamiento de Madrid en la sesión inaugural de la feria Biocultura, celebrada en IFEMA en noviembre 2021.

Acción formativa

Se han incorporado talleres sobre consumo sostenible en los programas de formación en materia de consumo se ha traducido en la ejecución en 2021 de 533 talleres escolares con la siguiente distribución temática:

- ➔ Consumo sostenible de productos y servicios: 55
- ➔ Consumo y alimentación sostenible: desperdicio alimentario: 172
- ➔ Uso sostenible de la energía. Ahorro y eficiencia energética: 43
- ➔ Minimización, separación y reciclaje de residuos: 216

En cuanto a la formación del personal municipal se ha continuado con la oferta formativa del curso sobre “Consumo sostenible y Comercio Justo”. Su programa incluye, además de una sesión sobre Comercio Justo, un marco teórico con definiciones, conceptos y enfoque sobre sostenibilidad, y temas específicos como la agroecología, el desafío energético y las finanzas con criterios éticos. El curso sigue teniendo una amplia acogida por los/as trabajadores/as municipales.

Fomento del consumo de madera sostenible

En 2021, se firmó una adenda de prórroga del convenio de colaboración suscrito entre el Ayuntamiento de Madrid y la Fundación Comercio para el Desarrollo (COPADE), para el fomento de la utilización de la madera tropical certificada. Su objetivo es impulsar el uso de madera de origen sostenible y promover el mercado de productos forestales con el sello “Madera Justa” y el sello FSC en la ciudad de Madrid en el marco de la Plataforma Madera Justa. La colaboración prevista se sitúa en los siguientes aspectos:

- ◆ Promover el consumo responsable de productos forestales certificados con el sello FSC y de productos de Comercio Justo, mediante el sello Madera Justa.
- ◆ Favorecer la participación de las organizaciones sociales de Madrid en las actividades relacionadas con el comercio justo y el consumo responsable, dentro del marco de la plataforma Madera Justa.
- ◆ Impulsar acciones de información, formación y difusión sobre el Comercio Justo y la certificación FSC y la certificación “Madera Justa” hacia la ciudadanía de Madrid y el sector empresarial de la ciudad.

En apoyo de esta iniciativa, la sesión inaugural de la asamblea anual de los miembros de la plataforma, celebrada en diciembre de 2021, corrió a cargo de la DG del IMC, por invitación de COPADE.

Integración del IMC en el proyecto Climate Kic

El IMC ha venido formando parte del consorcio de órganos municipales para promover una economía descarbonizada en la ciudad de Madrid, integrándose en un ambicioso proyecto, liderado por las áreas de Medio Ambiente y de Internacionalización, en el que intervienen, además, de otros agentes del mundo empresarial, distintas organizaciones europeas y la Universidad Politécnica de Madrid.

El papel que corresponde al IMC en esta iniciativa es el de promoción de un modelo de consumo responsable que contribuya al objetivo general de una economía descarbonizada. Ha participado en todas las reuniones del proyecto y en la revisión de informes, documentos y formulación de propuestas en el ámbito de la promoción de consumo responsable de energía.

Proyecto Food Wave



Dear Food Wave es un proyecto cofinanciado por la Unión Europea en el marco educativo (DEAR) cuyo liderazgo asume la ciudad de Milán y en el que participan ciudades de 16 países, que tiene por objeto fomentar la educación en materia de alimentación sostenible, dirigida en particular al colectivo de los jóvenes.

En este proyecto el IMC colabora con la Dirección General de Sostenibilidad, a través del Departamento de Educación para el Desarrollo Sostenible, tanto con la promoción de acciones destinadas al consumo sostenible de alimentos, como en la participación de las reuniones nacionales o internacionales para el impulso del proyecto.

Corrió a cargo de la DG del IMC hacer una síntesis de las actividades previstas por la ciudad de Madrid en la jornada de presentación pública del proyecto, que se realizó a través de un webinar celebrado en abril de 2021.

También ha presentado en la jornada de comunicación a la coordinadora del proyecto las actividades realizadas en materia de consumo responsable y Comercio Justo. Adicionalmente, el IMC ha contribuido al desarrollo de la campaña “Come con la cabeza”, promovida en 2021 por el área de gobierno de Medio Ambiente y Movilidad, tomando como base la imagen gráfica y los materiales divulgativos elaborados en ejercicios anteriores por el IMC dentro del Plan de Impulso del Consumo Sostenible.

Finalmente, ha participado en diversas reuniones del proyecto y generado los informes de evaluación y seguimiento de su avance, en lo que concierne a las acciones comprometidas por el IMC, referidas a formación y divulgación sobre consumo sostenible y Comercio Justo.

Línea de acción VIII

Transparencia y calidad en la actuación municipal

La transparencia en la actividad administrativa es fiel reflejo de compromiso de los servicios públicos con las personas administradas para que estas pueden tener conocimiento de las decisiones que les afectan y, con ella, los poderes públicos se someten al control de la ciudadanía a la que representan y deben dar servicio.

En cumplimiento de la Ordenanza de Transparencia de la ciudad de Madrid y de la Ley 19/2013, de 9 de diciembre, de transparencia, acceso a la información pública y buen gobierno, el IMC ha procedido a la publicación, a través de la página Web corporativa www.madrid.es/consumo, o por medio de la colaboración con los servicios municipales competentes de una amplia gama de documentos y materiales en cumplimiento del principio de publicidad activa.

La segunda parte de esta línea de acción se refiere a la política impulsada por el IMC de mejora continua de la calidad de los servicios que se prestan a los/as ciudadanos/as a través de la acreditación que tiene el Servicio de Inspección de Consumo conforme a la Norma ISO 9001:2015 y de la Carta de Servicios con que cuenta la OMIC que, en 2015, fue certificada por AENOR en 2018, y que ha sido objeto de posteriores renovaciones mediante las correspondientes auditorías externas, la última de ellas realizada el 24 de noviembre de 2021.

8.1 Publicidad activa

El IMC en aras de la transparencia en la gestión municipal pública, durante el ejercicio 2021 ha publicado, a través de la página web municipal, los siguientes contenidos:

- ◆ Memoria anual de actividad 2020.
- ◆ Las campañas de inspección programadas en 2021 y sus protocolos con carácter previo a su ejecución.
- ◆ Los informes de evaluación de las campañas de inspección ejecutadas el ejercicio anterior.
- ◆ El listado de empresas adheridas al Sistema Arbitral de Consumo y a los distintos Códigos de Buenas Prácticas sectoriales.
- ◆ Los Códigos de Buenas Prácticas sectoriales aprobados y documentación asociada, destacando en 2021 la publicación de 3 adendas por modificaciones legislativas.
- ◆ Los materiales divulgativos y los contenidos promocionales sobre consumo dirigidos a las personas consumidoras o al empresariado.

- ◆ Fichas técnicas e informes de percepción ciudadana de los servicios prestados en la inspección de consumo, como resultado de las encuestas realizadas.
- ◆ Informes trimestrales sobre inspecciones realizadas en el portal de datos abiertos.
- ◆ La actualización de los datos de las oficinas de la OMIC Central y distritales en el portal de datos abiertos.
- ◆ Actualización de la composición de los órganos colegiados constituidos: Consejo Municipal de Consumo y del Foro Municipal de Comercio Justo.
- ◆ La Carta de Servicios de la OMIC y la información referida a su evaluación anual, incluyendo un informe relativo a la valoración ciudadana del servicio y la ficha técnica de la encuesta realizada.
- ◆ Las publicaciones y documentos divulgativos sobre los derechos legalmente reconocidos a los consumidores.
- ◆ El inventario de procedimientos.
- ◆ Los convenios formalizados y sus modificaciones.
- ◆ La agenda institucional de la dirección.

Todo ello totaliza un conjunto de 150 contenidos publicados en el ejercicio 2021.

8.2 Consultas de transparencia

Informes en expedientes de derecho de acceso a información pública

En el ejercicio del derecho de acceso a información pública de la ciudadanía, como unidad informante en el procedimiento de tramitación de este tipo de expedientes, el IMC ha emitido en 2021 un total de cuatro informes que han servido de base para que la Secretaria General Técnica del Área de Gobierno resuelva las solicitudes de acceso formuladas.

8.3 Portal de datos abiertos

El Portal de Datos Abiertos del Ayuntamiento de Madrid hace posible compartir información de la que dispone como administración pública, de forma abierta, regular y utilizable. Desde marzo de 2014 se encuentran disponibles como datos abiertos en los formatos CSV, GEO, RDF, XML las ubicaciones, horarios, datos de contacto de la Junta Arbitral de Consumo, de las 22 oficinas de la OMIC del Ayuntamiento de Madrid, con información georreferenciada, así como el listado de las empresas adheridas al Sistema Arbitral de Consumo y a Códigos de Buenas Prácticas, información que se mantiene actualizada, mediante la revisión de los contenidos del espacio dedicado a consumo en la página web corporativa.

Otro de los contenidos es el de las “Inspecciones de Consumo” realizadas. La información que se facilita en este conjunto de datos se acomoda a lo dispuesto en el artículo 17 de la Ordenanza de Transparencia de la ciudad de Madrid, y se refiere a las inspecciones realizadas por el IMC y por los distritos en los establecimientos ubicados en la ciudad de Madrid. Se indica la fecha en la que tuvo lugar la inspección, la ubicación del local (dirección completa), la actividad realizada y la materia objeto de inspección, advirtiéndose expresamente que el hecho de realizarse una inspección no implica la existencia de infracción.

Los datos se actualizan trimestralmente, encontrándose ya publicados todos los correspondientes al ejercicio 2021, basados en la información recogida en la aplicación informática SIGSA sobre la que se gestiona la inspección de consumo.

8.4 Protección de datos personales

El IMC mantiene adaptada su actuación a lo establecido por el Reglamento (UE) 2016/679 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 27 de abril de 2016, relativo a la protección de las personas físicas en lo que respecta al tratamiento de datos personales y a la libre circulación de estos datos que entró en vigor en mayo de 2018.

Durante 2021 se han mantenido inalteradas cinco de las seis actividades de tratamiento de su responsabilidad:

- ◆ Venta y reventa callejera o ambulante de entradas o abonos, relativo al ejercicio de la potestad sancionadora que compete al Ayuntamiento de Madrid en relación con la venta y reventa callejera o ambulante de entradas, localidades o abonos
- ◆ Interesados en expedientes arbitraje consumo, relativo al tratamiento integral de los datos de todas las personas interesadas en los expedientes de arbitraje de consumo.
- ◆ Adhesión de personas empresarias a códigos de buenas prácticas, relativo al ejercicio de la potestad de control de bienes y servicios que corresponde al Ayuntamiento de Madrid para promover el desarrollo de CBP prácticas empresariales
- ◆ Comunicación de datos personales en el ejercicio de funciones públicas, relativo al cumplimiento de funciones públicas que requieran la comunicación de datos personales a empresas adjudicatarias de servicios contratados por el IMC
- ◆ Inspecciones de consumo no alimentario, relativo al acceso a datos de carácter personal en el ejercicio de funciones inspectoras.

En cambio, el tratamiento “Información y asistencia a las personas consumidoras” ha sido actualizado tras realizarse en 2021 la evaluación de cumplimiento normativo y el análisis de riesgos preliminar, habiéndose concluido por la Subdirección General de Protección de

Datos que no precisa ser sometido a la realización de una evaluación de impacto en protección de datos.

Los seis tratamientos mencionados se encuentran publicados en el Registro de actividades de tratamiento del Ayuntamiento de Madrid.

8.5 Carta de Servicios de la OMIC



La OMIC cuenta con Carta de Servicios, que fue aprobada por la Junta de Gobierno de la ciudad de Madrid el 8 de junio de 2008, como manifestación del compromiso con la ciudadanía en la mejora continua del servicio. Ha sido objeto de sucesivas evaluaciones anuales, la décima de ellas en 2021, para determinar el cumplimiento de los compromisos contraídos en función de los valores obtenidos para sus distintos indicadores en el año inmediatamente anterior (2020).

La Carta de Servicios de la OMIC ha obtenido el Certificado ICDQ, en reconocimiento y evidencia de la conformidad de su Carta de Servicios con la norma UNE 93200:2008, que fue revalidado en 2021.

En la evaluación anual de la Carta de Servicios de 2020, realizada el 10 de marzo de 2021, debido a los nuevos canales establecidos de comunicación con la ciudadanía, se decidió introducir un nuevo compromiso relativo a los tiempos de respuesta a las consultas realizadas por correo electrónico. Dicho compromiso se formuló como: “Atendemos en la OMIC Central el 80 % de las consultas recibidas a través de correo electrónico formuladas por los consumidores en un plazo no superior a 5 días naturales y el 100 % en un plazo no superior a 10 días naturales”. El seguimiento de los dos indicadores que se acordaron para este compromiso y el cumplimiento de las metas para ellos establecidas se ha realizado por primera vez en 2021 y serán objeto de evaluación en el próximo ejercicio.

En cuanto a los resultados de los indicadores obtenidos en la evaluación correspondiente a 2020, resultan especialmente destacables los de aquellos que versan sobre la valoración del servicio que realizan los usuarios/as del conjunto de las oficinas de la OMIC, obtenidos a través de la realización de 2510 encuestas telefónicas.

Los datos reflejan, por ejemplo, que un 88,23% estaban satisfechos o muy satisfechos con la información, con el trato recibido y con la capacitación del personal que les atendió en la OMIC, con unas notas medias otorgadas en los distintos atributos que superan la cifra de 8 en todos los casos, en una escala del 0 al 10.

También es destacable el indicador que muestra que, en 2020, un 59,30 % de las mediaciones realizadas en la OMIC tienen un resultado positivo para la persona consumidora, lo cual pone en valor la utilidad de este servicio que gratuitamente se ofrece a la ciudadanía.

Tanto la Carta de Servicios actualizada, como los datos relativos a las sucesivas evaluaciones pueden encontrarse en el portal de transparencia del Ayuntamiento de Madrid, así como los resultados de las encuestas realizadas, ficha técnica cuestionario y microdatos.

RESULTADOS DE LA EVALUACIÓN DE LA CARTA DE SERVICIOS DE LA OMIC REALIZADA EN 2021 SOBRE LOS DATOS DE 2020		
Indicador	Meta	Resultado 2020
1 porcentaje de personas usuarias satisfechas con la información y orientación recibidas en la OMIC	80%	85,88 %
2. Satisfacción media de las personas usuarias con la preparación del personal de la OMIC para realizar su trabajo	8	8,50
3. Satisfacción media de las personas usuarias con la amabilidad y cortesía del personal que lo ha atendido en la OMIC	8	8,75
4. Satisfacción media de las personas usuarias con la claridad y comprensibilidad de la información recibida	8	8,71
5. Porcentaje de personas usuarias satisfechas con el trato recibido en la OMIC	80%	88,23 %
6. Porcentaje de citas previas que se ofrecen con una demora igual o menor de 10 días naturales, en la OMIC	75%	79,40 %
7. Porcentaje de citas previas en OMIC ofrecidas en un plazo de 20 días naturales	100%	100 %
8. Porcentaje de reclamaciones que son tramitadas en la OMIC en un plazo máximo de 2 meses	80%	78,80 %
9. Porcentaje de reclamaciones tramitadas en un plazo máximo de 6 meses	100%	98 %
10. Porcentaje de mediaciones positivas para la persona consumidora en las que la OMIC municipal ha realizado labores de mediación	40%	59,30 %
11. Porcentaje de reclamaciones sin resultado positivo informadas de posibles vías para su resolución	100%	99,30 %
12. Quejas o reclamaciones recibidas al año en relación con una información no actualizada sobre la OMIC en la página web	-	0
13. Actualizaciones realizadas en la página Web de la OMIC	150	526
14. Porcentaje de sugerencias, reclamaciones y felicitaciones relativas a los servicios prestados por la OMIC contestadas como máximo en 30 días	-	94,12 %
15. Sugerencias, reclamaciones y felicitaciones relativas a los servicios prestados por la OMIC	-	33
16. Porcentaje de sugerencias, reclamaciones y felicitaciones relativas a los servicios prestados por la OMIC contestadas en menos de 2 meses.	100%	100 %

8.6 Sistema de Calidad conforme a la Norma UNE EN ISO 9001-2015 del Servicio de Inspección de Consumo



El Servicio de Inspección de Consumo tiene implantado desde el año 2001 un Sistema de Gestión de la Calidad conforme con la norma UNE-EN-ISO 9001, como herramienta de mejora para la defensa de los derechos e intereses de las personas consumidoras.

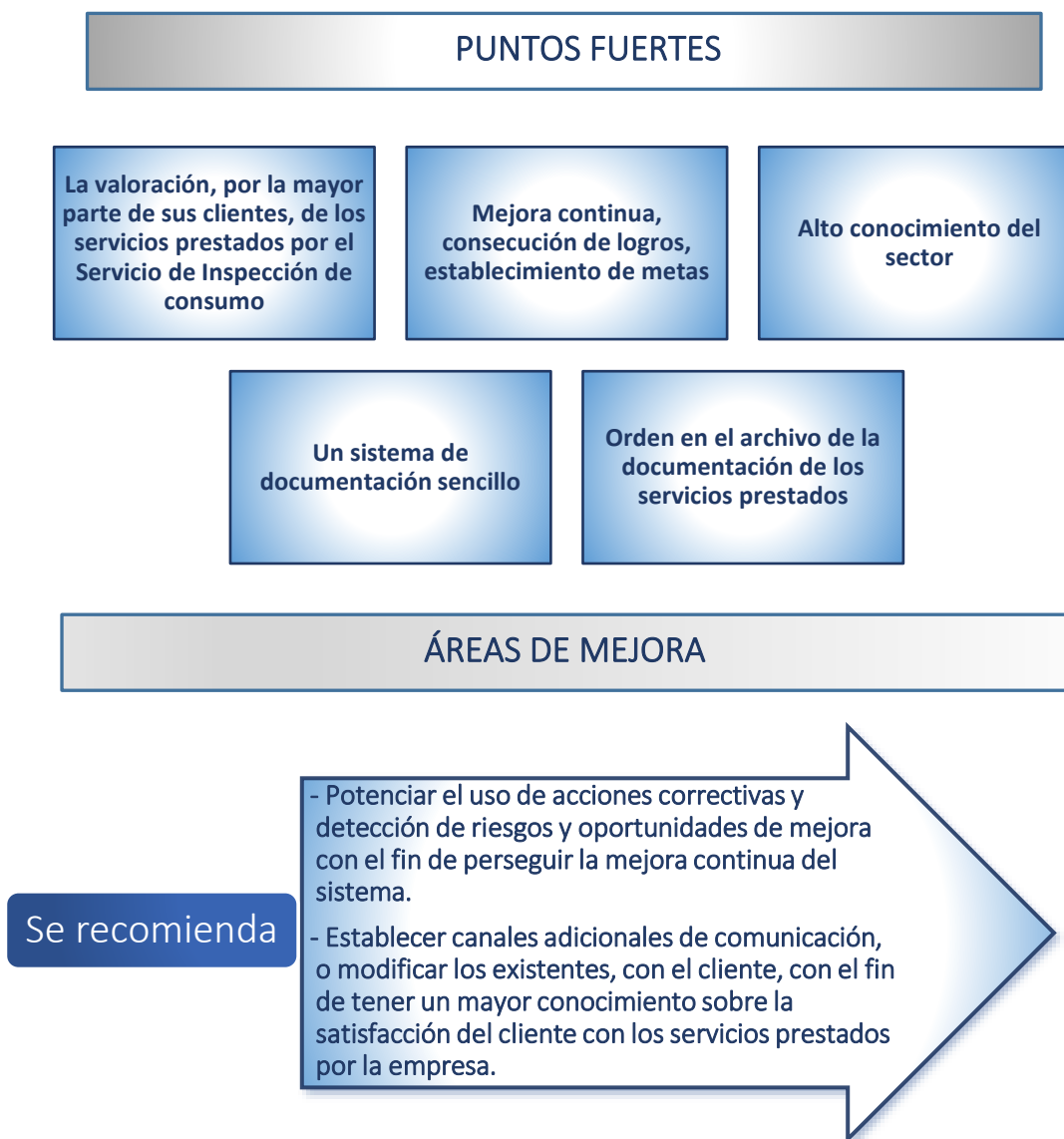
Así pues, la actividad que se desarrolla en el mencionado servicio se establece bajo los conceptos de eficiencia en su política de calidad y seguimiento continuo de sus actividades, estableciendo para ello los siguientes requisitos:

- ◆ Crear un marco de calidad mediante la mejora continua de la gestión de los servicios ofrecidos.
- ◆ Prevenir la aparición de problemas derivados del incumplimiento de los requisitos legales.
- ◆ Revisar su política de calidad para su continua adecuación de acuerdo con los requisitos de la norma internacional ISO 9001:2015.

La certificación del Sistema de Gestión de la Calidad de esta organización es aplicable a las actividades de: “Servicio de control oficial de bienes, productos y servicios no alimentarios, mediante la inspección de establecimientos comerciales y actividades profesionales, la realización de actuaciones de investigación y la tramitación de expedientes sancionadores.”

En consecuencia, la actuación del Servicio de Inspección de Consumo se gestiona de forma ordenada, planificada y controlada, solicitando a su personal una constante mejora tanto en los procesos de sus actividades como en las actuaciones que lleva a cabo, a fin de alcanzar los objetivos y compromisos de calidad asumidos.

Anualmente se realiza una auditoría interna y otra externa en el Servicio, llevándose a cabo la auditoría interna el día 13 de abril de 2021 en la que se detectaron:



La auditoría externa, realizada el 26 de abril por el Instituto de Certificación ICDQ, reveló la eficacia del sistema de gestión al no ser necesarias acciones correctivas y recomendando la certificación, únicamente hubo una observación que se ha tenido en cuenta, con todo ello, se evidencia claramente la eficacia del sistema.

Encuesta de satisfacción del cliente

El Servicio de Inspección de Consumo tiene entre sus prioridades la mejora continua de sus servicios y alcanzar la plena satisfacción de las personas con las que se relaciona, sean físicas o jurídicas. Como consecuencia, requiere realizar un análisis en profundidad de la percepción que sus clientes tienen del servicio que prestan.

Como técnica de análisis se lleva a cabo una encuesta, con periodicidad bienal, correspondiendo la última al ejercicio 2020. No obstante, en el año 2021 se realizó de nuevo

la encuesta, aunque no correspondía en fecha, a fin de observar el impacto que hubiera podido causar el período de la pandemia, todo ello, con objeto de conocer el nivel de satisfacción con las actividades emprendidas.

De los datos en ella recabados se obtiene la siguiente información de los empresarios encuestados en torno a las actuaciones llevadas a cabo en materia de inspección de consumo. Las conclusiones de esta encuesta fueron satisfactorias:

La valoración global de la Inspección de Consumo en 2021 es de 4,16 puntos, la segunda puntuación mejor de los últimos cinco años. Sólo fue mejor valorado en 2016 (4,22).

Los principales puntos fuertes en el proceso de Inspección de Consumo del Ayuntamiento de Madrid son el “Trato del inspector” (4,35) y la “Información facilitada para la aplicación de nuevas disposiciones” (4,22).

La información facilitada para la aplicación de nuevas disposiciones no es solamente un aspecto muy bien valorado en 2021, sino que alcanza el valor más alto de años anteriores (4,22).

Línea de acción IX

Actividad administrativa y ejecución presupuestaria

9.1 Actividad administrativa

Al margen del ejercicio y ejecución de las competencias generales y específicas asignadas al IMC, desde este órgano se han realizado otras actuaciones que, por un lado, han sido precisas promover el buen desempeño de las funciones propias de las diferentes unidades administrativas adscritas al IMC y, por otra parte, otras actuaciones se han llevado a cabo a instancias de otros órganos.

Actuaciones de personal

Con el fin de abordar las necesidades concretas de la organización en materia de personal, desde el IMC, previo consenso con la Secretaría General Técnica del Área de Gobierno, órgano directivo competente en recursos humanos -sin perjuicio de las competencias atribuidas al Área de Gobierno de Hacienda y Personal en esta materia- ha promovido varias propuestas de modificación en la Relación de Puestos de Trabajo (en adelante, RPT), que han supuesto en algunos casos la creación nuevos puestos de trabajo, mientras que otras ha supuesto la variación de alguna de sus características para la adecuación de las retribuciones en orden a lograr una apropiada proporcionalidad de aquellas a las funciones desempeñadas y en equiparación con el resto de puestos de la misma categoría.

Para ello se han elaborado las correspondientes memorias, ascendiendo a un número de seis, que han justificado por razones de interés público, conveniencia y oportunidad las concretas actuaciones con el fin de adaptar la RPT del IMC a las necesidades reales de la organización. Estas seis memorias han afectado a un total de dieciséis puestos del IMC.

Se ha creado un nuevo puesto de adjuntía de departamento a la Oficina Municipal de Información al Consumidor para dotar de un mayor apoyo técnico a esta unidad administrativa.

Se ha adecuado la forma de provisión de dos puestos de auxiliar de secretaría de acuerdo con las bases generales por las que se regirán los procedimientos para la provisión definitiva y temporal de puestos de trabajo de personal funcionario en el Ayuntamiento de Madrid y en sus Organismos Autónomos, aprobadas por la Junta de Gobierno de la Ciudad de Madrid en su sesión de 26 de noviembre de 2020.

Se han adecuado las retribuciones de un total de once puestos de trabajo, en función de la alta carga de trabajo que estos puestos desempeñan y así fidelizar a un personal altamente cualificado.

Se han adecuado las características de dos puestos de trabajo de acuerdo con lo establecido en las directrices por las que se establece el procedimiento para la elaboración y modificación de la relación de puestos de trabajo y de la plantilla presupuestaria del Ayuntamiento de Madrid y sus organismos, aprobadas por Acuerdo de la Junta de Gobierno de la ciudad de Madrid de 25 de junio de 2020.

Participación en programas de formación

El IMC colabora con el Organismo Autónomo Agencia para el Empleo en los programas de Formación en Alternancia para personas desempleadas. De este modo el personal designado por el IMC tutoriza a personas desempleadas que desempeñan una práctica laboral acorde a su perfil que posibilita la adquisición tanto de conocimientos teóricos y prácticos que contribuyen a su inserción laboral.

El IMC ha supervisado y tutorizado las prácticas de un total de 4 personas provenientes de estos programas gestionados por el Organismo Autónomo Agencia para el Empleo.

Procedimiento de selección de personal

A petición del órgano directivo competente en materia de selección de personal, el IMC formuló propuesta de los temas específicos en materia de consumo que conformarían las bases específicas por las que se regirá el proceso selectivo para proveer, mediante **promoción interna**, plazas de Inspector/a Técnico/a de Calidad y Consumo del Ayuntamiento de Madrid.

Una vez sometidas a la Mesa General de Negociación de Personal Funcionario del Ayuntamiento de Madrid y sus Organismos Autónomos, las bases específicas se publicaron en el ["Boletín Oficial del Ayuntamiento de Madrid" n.º 8.935, de 21 de julio de 2021](#).

Formulación de observaciones y sugerencias a disposiciones y actos administrativos del municipio de Madrid y de otras administraciones públicas.

En el proceso de elaboración de disposiciones normativas municipales y de otros instrumentos jurídicos de diverso carácter, el IMC ha participado en el análisis de los textos, y en su caso, en la formulación de observaciones y sugerencias que han sido canalizadas a través de la Secretaría General Técnica del Área de Gobierno como órgano directivo competente en materia de régimen jurídico.

Estos proyectos han partido tanto de la iniciativa de órganos del propio Ayuntamiento, como de órgano de otras administraciones públicas.

Dentro de esta actuación, durante el ejercicio 2021, el IMC realizó el análisis de los siguientes textos:

- ◆ Directrices desarrollo audiencias públicas.
- ◆ Plan de Movilidad Sostenible Madrid 360.

- ◆ Plan de Acción 2021-2023 Madrid Ciudad Amigable con las Personas Mayores.
- ◆ Modificación de las ordenanzas Fiscales y Precios Públicos para 2022.
- ◆ Anteproyecto de la Ordenanza reguladora de las viviendas destinadas a uso y apartamentos turísticos.
- ◆ Presupuestos Participativos.
- ◆ Anteproyecto del Reglamento del Registro de Contratos del Ayuntamiento de Madrid.
- ◆ Modificación de la Ordenanza de Bases Regulatoras Generales para la Concesión de Subvenciones por el Ayuntamiento de Madrid y sus Organismos Públicos.
- ◆ Anteproyecto de la Ordenanza reguladora del servicio de ayuda a domicilio para personas mayores y personas con discapacidad y de los servicios de centros de día, residencias y apartamentos para personas mayores y del centro municipal de Atención Integral Neurocognitiva Doctor Salgado Alba.
- ◆ Modificación de la Ordenanza de Terrazas y Quioscos de Hostelería y Restauración.
- ◆ Modificación de las Normas Urbanísticas del Plan General de Ordenación Urbana de Madrid de 1997.
- ◆ Modificación del Acuerdo de organización y competencias del Área de Gobierno de Cultura, Turismo y Deportes.
- ◆ Estrategia municipal trastorno adictivo al juego.
- ◆ Proyecto de Decreto de planificación de establecimientos de juego en la Comunidad de Madrid.
- ◆ Modificación del Reglamento Servicios Funerarios y Cementerios.
- ◆ Anteproyecto de la Ordenanza por la que se regula el entorno controlado de pruebas de proyectos innovadores de la ciudad de Madrid (Sandbox).
- ◆ Anteproyecto de la Ordenanza por la que se modifica la Ordenanza reguladora del Taxi del Ayuntamiento de Madrid.
- ◆ Modificación del Real Decreto 231/2008, de 15 de febrero, por el que se regula el Sistema Arbitral de Consumo.
- ◆ Proyecto de modificación del Decreto 84/2020, de 7 de octubre, por el que se regula el procedimiento de asignación y el uso de viviendas construidas al amparo de concesión demanial en suelos de redes supramunicipales.

- ◆ Anteproyecto de Ley de medidas urgentes para el impulso de la actividad económica y la modernización de la Administración de la Comunidad de Madrid.
- ◆ Proyecto de Orden de la Consejería de Sanidad por la que se regula la actividad de la Escuela Madrileña de Salud.
- ◆ Orden de la Consejería de Sanidad por la que se regula el procedimiento de acreditación para la indicación, uso y autorización de dispensación de medicamentos y productos sanitarios de uso humano, en el ámbito de los cuidados generales y determinados cuidados especializados por parte de las enfermeras y enfermeros de los centros y organizaciones adscritos o vinculados al Servicio Madrileño de Salud, así como de aquellos adscritos o vinculados a entidades con las que el Servicio Madrileño de Salud tiene suscritos convenios singulares para la gestión de la asistencia sanitaria.
- ◆ Proyecto de Orden del Consejero de Vivienda y Administración local por la que se establecen normas para la aplicación del Decreto 52/2016, de 31 de mayo, por el que se crea el Parque de Viviendas de Emergencia Social y se regula el proceso de adjudicación de viviendas de titularidad de la Agencia de la Vivienda Social.
- ◆ Proyecto de Decreto del Consejo de Gobierno, por el que se modifican diferentes normas reglamentarias para la simplificación normativa y reducción de cargas administrativas.
- ◆ Proyecto de Decreto por el que se regulan las Viviendas con Protección Pública de la Comunidad de Madrid.
- ◆ Proyecto de Orden del Consejero de Vivienda y Administración Local, mediante la que se modifica la Orden 1/2008, de 15 de enero, por la que se establecen las medidas de fomento al alquiler en la Comunidad de Madrid.
- ◆ Proyecto de Orden del Consejero de Vivienda y Administración Local, por la que se modifica la norma técnica 9 aprobada por el Decreto 13/2007, de 15 de marzo, que regula el Reglamento técnico de desarrollo en materia de promoción de la accesibilidad y supresión de barreras arquitectónicas.
- ◆ Proyecto de Orden de la Consejería de Presidencia, Justicia e Interior, por la que se establece el régimen relativo a los horarios de los locales de espectáculos públicos y actividades recreativas, así como de otros establecimientos abiertos al público.
- ◆ Proyecto de Decreto del Consejo de Gobierno, por el que se modifica el Decreto 103/2016, de 24 de octubre, del Consejo de Gobierno, por el que se regula el informe de evaluación de los edificios en la Comunidad de Madrid y se crea el Registro

Integrado Único de Informes de Evaluación de los Edificios de la Comunidad de Madrid.

- ◆ Proyecto de decreto por el que se modifica el Decreto 21/2020, de 26 de febrero, por el que se dispone la suspensión de la concesión de autorizaciones de comercialización y de apertura y funcionamiento de los establecimientos de juego y de la emisión de informes de consultas previas de viabilidad, en tanto se realiza la planificación de estos en el territorio de la Comunidad de Madrid.
- ◆ Anteproyecto de Ley de Ordenación y Atención Farmacéutica.
- ◆ Proyecto de Orden de la Consejería de Sanidad por la que se regulan las comisiones técnicas de información sanitaria, sus funciones, composición y funcionamiento y se crean las comisiones técnicas de valoración de la información sanitaria en el ámbito hospitalario y de atención primaria.
- ◆ Proyecto de Decreto del Consejo de Gobierno por el que se modifica el Reglamento de los servicios de transporte público urbano en automóviles de turismo, aprobado por el Decreto 74/2005, de 28 de julio.

(El estado de tramitación de los proyectos del Ayuntamiento de Madrid puede ser consultado en el apartado de huella normativa del portal de transparencia del Ayuntamiento de Madrid a través del siguiente enlace: [huella normativa](#). En el caso de los planes, en el siguiente enlace del [portal de transparencia](#).)

Sistema de Sugerencias y Reclamaciones (SyR)

Como instrumento que contribuye a potenciar la calidad de los servicios públicos prestados a la ciudadanía y detectar las posibles áreas de mejora, a través del SyR se han tramitado un total de dieciocho actuaciones que se integran dentro del marco de este sistema. Las restantes peticiones recibidas (hasta 36), no eran objeto de este canal, sino que las personas usuarias lo que pretendían era presentar una reclamación de consumo.

De este modo, trece actuaciones se han calificado como reclamaciones, mientras que las cinco restantes han sido calificadas como felicitaciones, encaminadas estas a encomiar el servicio prestado a la ciudadanía.

Dentro del marco propio de esta actuación y a instancias de la Dirección General de Transparencia y Calidad, dentro del primer trimestre, se ha elaborado el Informe anual de las sugerencias, reclamaciones y felicitaciones recibidas y tramitadas en nuestra unidad gestora del año vencido (2020), que tiene como objetivo identificar las áreas de mejora en los servicios y actuaciones municipales y establecer medidas para mejorarlos.

Elaboración de memoria de actividades en materia de consumo para otras administraciones públicas

A instancias de la Dirección General competente en materia de consumo en el ámbito de la Comunidad de Madrid y en cumplimiento del artículo 76.3 del Reglamento de la Ley 11/1998,

de 9 de julio, de Protección de los Consumidores de la Comunidad de Madrid, aprobado por el Decreto 1/2010, de 14 de enero, del Consejo de Gobierno, el IMC elaboró durante el primer trimestre del año la memoria de las actividades realizadas en el ejercicio 2020, para su remisión a la Dirección General de Comercio y Consumo de la administración autonómica.

Información para el Defensor del Pueblo

En el proceso de investigación de las quejas presentadas por la ciudadanía ante el Defensor del Pueblo y en virtud del principio de colaboración, el IMC ha emitido informe sobre cuatro expedientes remitidos para informe por dicha institución. Este proceso supone una supervisión a la actividad de las administraciones públicas, contribuyendo así a la mejora de la calidad de los servicios prestados.

Peticiones de información de los los grupos políticos

En cumplimiento del ejercicio del derecho de información que tienen los grupos políticos, lo que constituye una función de control y fiscalización de los órganos de gobierno, el IMC ha informado un total de doce peticiones provenientes de los diferentes grupos políticos.

Petición de informes por los distritos para dar respuesta en las sesiones de Pleno

En orden a facilitar la contestación en materia de consumo a las iniciativas de propuestas y proposiciones incluidas en el orden del día de las sesiones plenarias de los distritos, a petición de estos, el IMC ha emitido un total de cinco respuestas.

Finalmente, a petición de la Dirección General de Coordinación y Desconcentración, con motivo del debate del estado de los distritos 2021, se emitió un informe con las actuaciones más destacables con incidencia en el distrito en relación con el consumo.

9.2 Ejecución presupuestaria

Programa presupuestario/ Aplicación presupuestaria		Crédito definitivo	Crédito disponible	Crédito autorizado	Obligaciones reconocidas	Ejecución (%)
493.00	CONSUMO	4.323.007,00	452.149,62	3.853.262,91	3.842.124,25	88,88
CAPÍTULO 1. Gastos de personal		3.935.943,00	433.739,88	3.502.203,12	3.502.203,12	88,98
22001	PRENSA, REVISTAS, LIBROS Y OTRAS PUBLICACIONES	300,00	300,00	0,00	0,00	0,00
22107	IMPRESOS Y FORMULARIOS	2000,00	857,76	1.142,24	1.142,24	57,11
22602	PUBLICIDAD Y PROPAGANDA	33.732,00	9.120,89	24.539,72	24.539,72	72,75
22606	REUNIONES, CONFERENCIAS Y CURSOS	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
22699	OTROS GASTOS DIVERSOS	3.500,00	30,74	3.469,26	3.469,26	99,12
22706	ESTUDIOS Y TRABAJOS TÉCNICOS	174.360,00	6.470,85	150.366,07	147.530,57	84,61
26000	TRABAJOS REALIZ. POR INSTITUCIONES S.F. DE LUCRO	173.172,00	1.629,50	171.542,50	163.239,34	94,26
Capítulo 2. Gasto Corriente		387.064	18.409,74	351.059,79	339.921,13	87,82