MADRID

MEMORIA GENERAL DE ACTUACIONES EN MATERIA DE CONSUMO AÑO 2022

Instituto Municipal de Consumo

CONTENIDO

Preámbulo 4
Línea de acción I 6
Información y atención en materia de consumo 6
1.1 Atención en la Oficina Municipal de Información al Consumidor (OMIC) 6
1.2 Actividades desarrolladas por la Junta Arbitral de Consumo del Ayuntamiento de Madrid 24
Línea de acción II 32
Formación sobre consumo 32
2.1 Programa de formación en consumo 33
2.2 Sesiones formativas sobre banca digital y educación financiera en centros municipales de mayores 41
2.3 Colaboración con el Colegio Notarial de Madrid 44
2.4 Formación interna. Cursos específicos sobre consumo 44
2.5 Resumen de actividades de formación 46
Línea de acción III 48
Códigos de buenas prácticas para los sectores empresariales 48
Línea de acción IV 54
Investigación y control del mercado 54
4.1 Programa de investigación 54
4.2 Actividades de inspección 54
4.3 Actuaciones sancionadoras y medidas preventivas 60
Línea de acción V 62
Divulgación y comunicación sobre consumo 62
5.1 Campañas de información directa 63
5.2 Elaboración de material divulgativo 64
5.2 Actualización del contenido del espacio Web corporativo sobre consumo 69
5.3 Página web corporativa “madrideseconomia” 72
5.4 Redes sociales del Instituto Municipal de Consumo 72
5.5 Campañas, actos y eventos de comunicación sobre consumo 73
Línea de acción VI 79

Participación, colaboración y coordinación en consumo 79
6.1 Coordinación y colaboración interadministrativa 79
6.2 Participación ciudadana en consumo 89
Línea de acción VII 93
Fomento del consumo responsable 93
7.1 Madrid, Ciudad por el Comercio Justo 93
7.2 Actuaciones en materia de consumo sostenible 96
Línea de acción VIII 100
Transparencia y calidad en la actuación municipal 100
8.1 Publicidad activa 100
8.2 Consultas de transparencia 101
8.3 Portal de datos abiertos 101
8.4 Protección de datos personales 102
8.5 Carta de Servicios de la OMIC 103
8.6 Sistema de Calidad conforme a la Norma UNE EN ISO 9001-2015 del Servicio de Inspección de Consumo 105
Línea de acción IX 107
9.1 Actividad administrativa 107
9.2 Ejecución presupuestaria 2022 113

Preámbulo

En este documento se resumen las actividades desarrolladas en el ejercicio 2022 por el Instituto Municipal de Consumo (IMC) en el 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 Oficina Municipal de Información al Consumidor (OMIC) y a la función inspectora.

Se estructura, al igual que en ejercicios anteriores, en los nueve capítulos o líneas de actuación siguientes:

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.

En la primera de ellas se detalla la actividad desplegada por la OMIC en la atención personalizada y la tramitación de las reclamaciones presentadas por las personas consumidoras, así como el ejercicio del arbitraje de Consumo a través de la Junta Arbitral del Ayuntamiento de Madrid (JAC).

En su segundo capítulo se describen las acciones realizadas en cumplimiento del Programa anual de formación en materia de consumo, así como otras puntuales dedicadas a la protección de colectivos vulnerables, además de los cursos coordinados desde el IMC para promover la formación continua de los/as trabajadores/as municipales en materia de consumo.

El establecimiento de acuerdos voluntarios con los distintos sectores empresariales, a través de la actualización y promoción de Códigos de Buenas Prácticas (CBP), es una labor continuada que permite buscar la colaboración del sector empresarial en la consecución de un comercio de calidad comprometido en la protección de los derechos de las personas consumidoras. En el ejercicio 2022 destaca en particular la labor realizada para el fomento de las adhesiones de las empresas a dichos códigos (capítulo III).

En la cuarta línea de actuación, se recogen las actividades de control de mercado, la actividad inspectora en campañas programadas y las actuaciones no programadas, así como las acciones de investigación en materia de consumo, ante las denuncias y reclamaciones presentadas y el procedimiento sancionador.

El esfuerzo en cuanto a la comunicación y divulgación en materia de consumo se trata en el capítulo V. Este ha sido especialmente intenso en el ejercicio 2022, con la preparación de numerosos materiales divulgativos y su difusión en soporte audiovisual y de las campañas de comunicación en mobiliario urbano desarrolladas. Por otra parte, la constante incorporación de noticias y novedades a través de contenidos 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 el trabajo en redes sociales propias, han permitido hacer una extensión inmediata de la información a toda la ciudadanía.

La cooperación con las asociaciones de consumidores para la consecución de fines de interés público, y el fomento de su actividad por parte de la administración municipal, se refleja en los convenios suscritos y en la ejecución de los programas informativos y de asesoramiento en ellos contemplados. Asimismo, la participación en proyectos europeos, la cooperación con otros órganos municipales para el desarrollo de estrategias e iniciativas transversales son importantes para generar las sinergias necesarias que permitan avanzar en un desarrollo equilibrado que pone en valor el rol que desempeñan las actitudes y hábitos de consumo en la sociedad (capítulo VI).

La promoción de un modelo de consumo responsable e informado, en línea con los Objetivos del Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas es otra de las competencias del IMC. Al contar Madrid con la acreditación de “Ciudad por el Comercio Justo” dentro de la campaña internacional, se han programado numerosas actuaciones en este ámbito que se describen en el capítulo séptimo.

La voluntad de ejercer una acción transparente y su creciente desarrollo se pone de manifiesto en la variedad y el aumento de contenidos relativos a consumo publicados cada año. Por otra parte, en un servicio claramente orientado hacia la ciudadanía y a la defensa de sus derechos es imprescindible promover la mejora continua a través de los sistemas de calidad certificados existentes tanto en la OMIC como en el servicio de Inspección de Consumo. Estos aspectos se tratan en el capítulo VIII.

Finalmente, se despliega también una intensa actividad administrativa contribuyendo y aportando la perspectiva del consumo en numerosos proyectos normativos, planes y actuaciones de diversa índole desplegadas por otras áreas del gobierno municipal y otras Administraciones Públicas, así como dando cuenta de la gestión contractual, presupuestaria y de ejecución del Programa operativo de gobierno.

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 se estructura en una red de 22 oficinas: una Central y 21 oficinas distritales, que comparten las labores de información personalizada en materia de consumo y de tramitación de reclamaciones y denuncias formuladas por las personas consumidoras.

Desde la pandemia, en que se enfrentó al reto de diseñar nuevos sistemas de atención e información de forma no presencial y de gestión de las reclamaciones por vías alternativas, ha creado nuevos canales de atención a las personas consumidoras que, dada su eficacia y demanda ciudadana, se ha optado por mantener para facilitar el acceso de la ciudadanía a los servicios que se prestan en materia de consumo, compatibilizando así, en 2022, la atención presencial con el acceso a través de medios telemáticos. Su compromiso con la mejora de la calidad tiene su expresión en su Carta de Servicios, aprobada por la Junta de Gobierno de la Ciudad de Madrid el 8 de junio de 2008 cuya certificación, conforme a la Norma UNE 93200: 2008, fue renovada en 2021.

La OMIC en cifras en 2022

- ✓ **22** oficinas
- ✓ **17.071** expedientes tramitados
- ✓ **61,90%** de mediaciones positivas*
- ✓ **16.586** personas atendidas de forma personalizada con cita previa en el conjunto de las oficinas de la OMIC
- ✓ **14.146** consultas por correo electrónico respondidas de forma personalizada en la OMIC Central).
- ✓ **85,86%** de personas usuarias satisfechas con la orientación e información recibidas*
- ✓ **91,05%** de personas usuarias satisfechas con el trato recibido*
- ✓ **99,76%** de consultas por correo electrónico respondidas en 5 días.
- ✓ **247** actualizaciones y nuevos contenidos divulgativos en web*

*datos procedentes de la evaluación de la carta de servicios 2022, realizada en febrero 2023

Expedientes registrados

En el ejercicio 2022 la OMIC tramitó, a través del programa informático de gestión, en el conjunto de sus oficinas, un total de 17.071 expedientes. De ellos, el 94,14% fueron reclamaciones (16.071), el 1,12% solicitudes de información (192), el 2,03% (346) se han clasificado como quejas contra las empresas reclamadas y el 2,71% (462) fueron denuncias, tal y como se refleja en la siguiente tabla.

Expedientes tramitados por la OMIC de Madrid año 2022		
	N.º expedientes	Porcentaje
Reclamación	16.071	94,14%
Información	192	1,12%
Queja	346	2,03%
Denuncia	462	2,71%
Total	17.071	100%

El número de asuntos recibidos en el conjunto de las oficinas de la OMIC (17.071) es solo ligeramente inferior al del año anterior, en el que se tramitaron 17.536 expedientes.

Sin embargo, este descenso es solo aparente ya que, a partir de junio de 2022, se ha producido un cambio en el modelo de gestión de alta de expedientes, a fin de agilizar su tramitación. Tras el acuerdo con la Dirección General de Comercio y Consumo de la Comunidad de Madrid, las reclamaciones que quedan fuera de la competencia municipal, conforme al convenio bilateral establecido, no son dadas de alta en la plataforma informática de gestión de OMIC, sino que se derivan directamente desde el registro municipal; todo ello con objeto de acortar los plazos de resolución. Así, por ejemplo, si computamos los datos de reclamaciones gestionadas por la OMIC Central en 2021 y en 2022, descontando en ambos años los expedientes que se han remitido a la Comunidad de Madrid sin más trámite, los resultados serían que en 2021 se tramitaron en la OMIC Central 8511 expedientes y 9178 en 2022, es decir, un incremento del 7,84%. A estos datos, habría que agregar los de las oficinas de distrito.

La gestión que realiza la OMIC de los 16.071 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, comunicando en todas las ocasiones a la persona reclamante la gestión realizada y el resultado obtenido en la mediación efectuada por la OMIC. Por otra parte, en los casos en los que es procedente, cuando la OMIC no es el órgano competente para tramitar una determinada reclamación, se remite al órgano correspondiente, comunicando al consumidor dicho traslado.

La mediación individualizada de las reclamaciones, en 2022, ha arrojado un resultado favorable total o parcialmente a las pretensiones de las personas consumidoras de un 61,90%. Este valor, que supone un buen resultado para una actividad de mediación amistosa, es similar al del año anterior (61,70%), lo cual pone en valor el trabajo desarrollado por la OMIC en favor de la defensa de los derechos de las personas consumidoras.

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 2021 las solicitudes de información suponían un 0,93% del total de expedientes, en 2022 se ha incrementado hasta un 1,12% del total (para un análisis complementario sobre los datos de la atención a consultas y solicitudes de información, véase el apartado posterior relativo a "información y orientación").

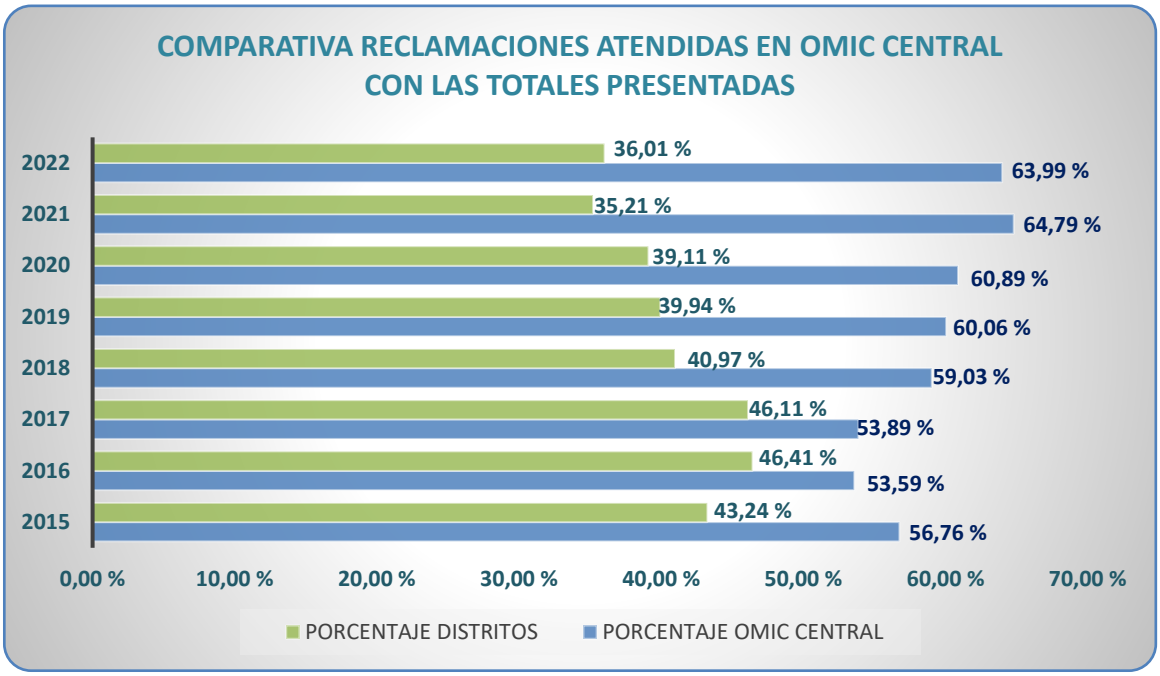
En relación con los expedientes considerados como quejas frente a la actuación de las empresas, se consolida en los datos de 2022, en los que representaron el 2,03% del total, muy similar a los 2,04% de 2021.

Respecto a las denuncias, que totalizan un 2,71% del total de expedientes, se puede señalar que se suponen un incremento respecto al ejercicio anterior (1,65%).

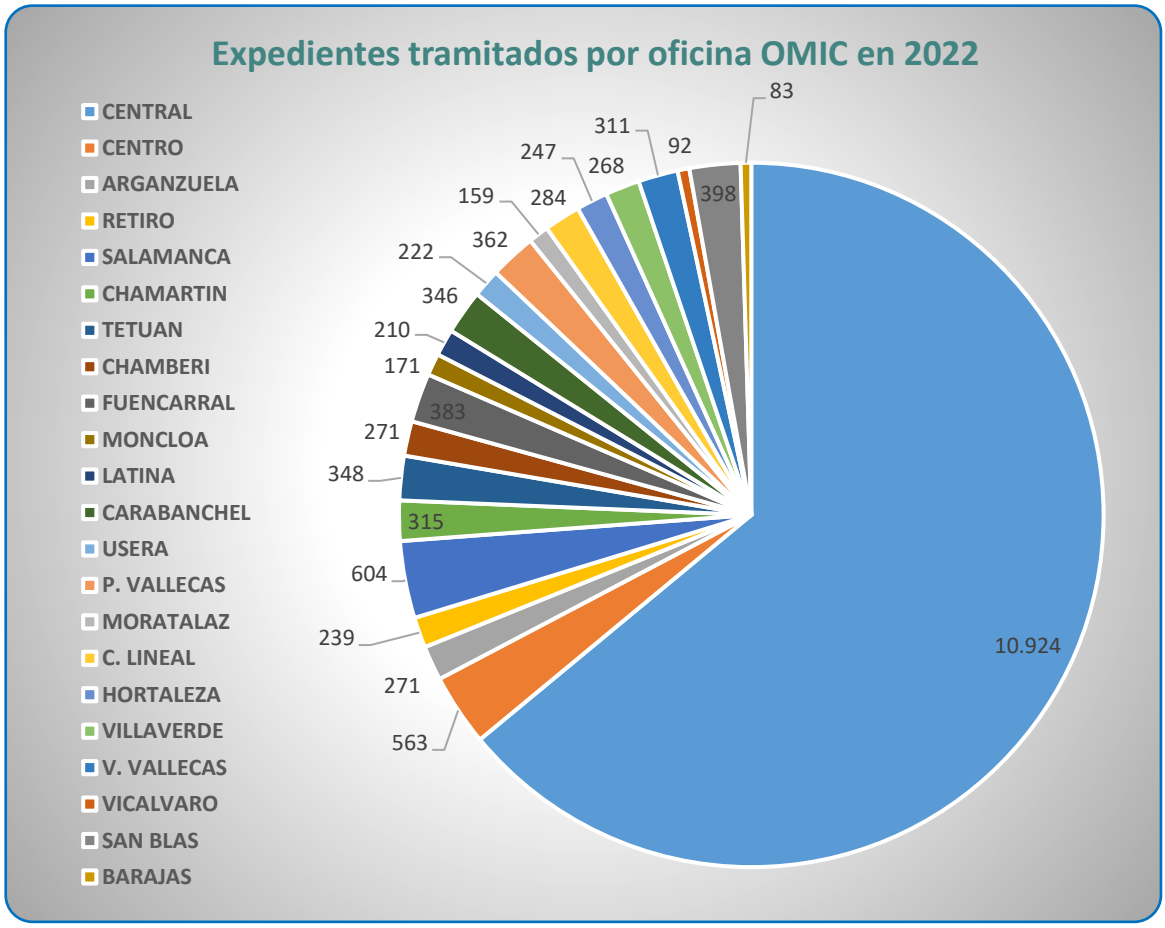
Distribución de expedientes por oficinas

La OMIC se estructura en una oficina central y 21 oficinas de distrito. El reparto de expedientes se realiza de acuerdo con los criterios señalados en 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 2021.

El 63,99% de los expedientes registrados fueron tramitados por la OMIC Central (10.924 expedientes), mientras que el 36,01% restante (6147) se gestionaron en las oficinas de distrito, conforme a los criterios de reparto territorial y material de asuntos establecidos en la Instrucción de coordinación. Estos datos mantienen una proporción similar de distribución entre las oficinas de distrito y la Central (en 2021, la oficina Central tramitó el 64,79% de los expedientes frente al 35,21% gestionado por el conjunto de las 21 oficinas de OMIC distritales). Aunque sigue siendo mayoritaria, en 2022 se frena pues la tendencia creciente de aumento de la carga de gestión de la sede central.



En la siguiente figura y tabla anexa puede apreciarse el detalle de los expedientes gestionados por cada una de las oficinas de la OMIC y sus respectivas tipologías.



	DATOS 2022		% DEL TOTAL
OMIC CENTRAL	**Total**	**10.924**	**63,99%**
	Denuncia	348	
	Información	93	
	Reclamación	10.416	
	Queja	67	
OMIC CENTRO	**Total**	**563**	**3,30%**
	Denuncia	6	
	Información	0	
	Reclamación	530	
	Queja	27	
OMIC ARGANZUELA	**Total**	**271**	**1,59%**
	Denuncia	2	
	Información	1	
	Reclamación	234	
	Queja	34	
OMIC RETIRO	**Total**	**239**	**1,40%**
	Denuncia	15	
	Información	0	
	Reclamación	211	
	Queja	13	
OMIC SALAMANCA	**Total**	**604**	**3,54%**
	Denuncia	3	
	Información	2	
	Reclamación	584	
	Queja	15	
OMIC CHAMARTIN	**Total**	**315**	**1,85%**
	Denuncia	8	
	Información	0	
	Reclamación	289	
	Queja	18	
OMIC TETUAN	**Total**	**348**	**2,04%**
	Denuncia	8	
	Información	1	
	Reclamación	317	
	Queja	22	
OMIC CHAMBERI	**Total**	**271**	**1,59%**
	Denuncia	10	
	Información	0	
	Reclamación	237	
	Queja	24	
OMIC FUENCARRAL-EL PARDO	**Total**	**383**	**2,24%**
	Denuncia	9	
	Información	7	
	Reclamación	348	
	Queja	19	
	Total	**171**	**1,00%**

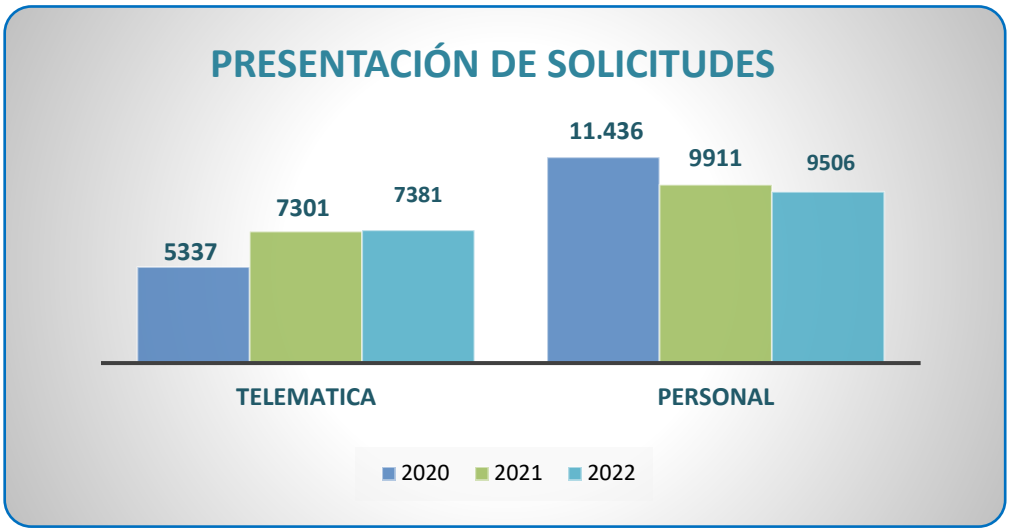
	DATOS 2022		% DEL TOTAL
OMIC MONCLOA-ARAVACA	Denuncia	4	
	Información	0	
	Reclamación	166	
	Queja	1	
OMIC LATINA	**Total**	**210**	**1,23%**
	Denuncia	0	
	Información	12	
	Reclamación	197	
	Queja	1	
OMIC CARABANCHEL	**Total**	**346**	**2,03%**
	Denuncia	11	
	Información	1	
	Reclamación	296	
	Queja	38	
OMIC USERA	**Total**	**222**	**1,30%**
	Denuncia	1	
	Información	0	
	Reclamación	203	
	Queja	18	
OMIC PUENTE DE VALLECAS	**Total**	**362**	**2,12%**
	Denuncia	9	
	Información	1	
	Reclamación	335	
	Queja	17	
OMIC MORATALAZ	**Total**	**159**	**0,93%**
	Denuncia	9	
	Información	24	
	Reclamación	111	
	Queja	15	
OMIC CIUDAD LINEAL	**Total**	**284**	**1,66%**
	Denuncia	1	
	Información	0	
	Reclamación	283	
	Queja	0	
OMIC HORTALEZA	**Total**	**247**	**1,45%**
	Denuncia	2	
	Información	0	
	Reclamación	245	
	Queja	0	
OMIC VILLAVERDE	**Total**	**268**	**1,57%**
	Denuncia	8	
	Información	42	
	Reclamación	211	
	Queja	7	
OMIC VILLA DE VALLECAS	**Total**	**311**	**1,82%**
	Denuncia	1	

	DATOS 2022		% DEL TOTAL
	Información	0	
	Reclamación	307	
	Queja	3	
OMIC VICÁLVARO	**Total**	**92**	**0,54%**
	Denuncia	4	
	Información	0	
	Reclamación	86	
	Queja	2	
OMIC SAN BLAS-CANILLEJAS	**Total**	**398**	**2,33%**
	Denuncia	0	
	Información	8	
	Reclamación	387	
	Queja	3	
OMIC BARAJAS	**Total**	**83**	**0,48%**
	Denuncia	3	
	Información	0	
	Reclamación	78	
	Queja	2	
TOTAL OMIC	**Total**	**17.071**	**100%**
	Denuncia	462	2,71%
	Información	192	1,12%
	Reclamación	16.071	94,14%
	Queja	346	2,03%

Del conjunto de los datos anteriormente presentados cabe destacar que el ligero decremento de expedientes, en comparación con el año anterior, ha sido menos acusado en la OMIC Central que en la mayoría de las oficinas de distrito. Ello es debido a que, conforme a la vigente Instrucción de coordinación, corresponden a la OMIC Central temáticas como los suministros energéticos, objeto de un gran número de reclamaciones, así como gran parte de la contratación on-line, siendo este último un sistema de compra de bienes o de contratación de servicios cuya utilización ha crecido significativamente.

Otro dato para destacar en el análisis de los expedientes es el incremento paulatino del uso de las nuevas tecnologías para la presentación de reclamaciones, que va ganado terreno a la personación en los registros municipales, teniendo en cuenta la apertura de nuevos canales telemáticos iniciada en 2020, para facilitar el acceso de los consumidores a la administración durante el confinamiento. Si comparamos los cuatro últimos años para ilustrar este análisis, observamos que se ha pasado de las 934 solicitudes por vía telemática en 2019 a las 7381 recibidas en 2022, cifra muy similar a la del año inmediatamente anterior. Relacionando estas cifras con el número total de expedientes tramitados nos encontramos con que hace 4 años, la presentación telemática representaba tan solo un 3,79% del total,

mientras que en 2022 ha supuesto ya un 43,24%. En el siguiente gráfico se detalla la distribución en cuanto al modo de presentación de los tres últimos ejercicios.



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 venido realizando con una estructura que está en línea 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 estadístico más pormenorizado de los asuntos registrados.

A continuación, se detalla la distribución sectorial de los expedientes:

Distribución de expedientes por sectores 2022		
SECTORES	N.º de EXPEDIENTES	PORCENTAJE
ALIMENTACIÓN	326	1,91%
BIENES DE CONSUMO	3013	17,65%
SERVICIOS	12.775	74,83%
Subsector Servicios generales	1879	11,01%
Subsector Servicios financieros	1285	7,53%
Subsector Telecomunicaciones	2148	12,58%
Subsector Transporte y servicios postales	1015	5,95%
Subsector Ocio	1735	10,16%
Subsector Energía y agua	4713	27,61%
SALUD	438	2,57%
EDUCACIÓN	247	1,45%
VIVIENDA	272	1,59%

Si bien el número total de asuntos registrados es similar al del año anterior, su distribución en cuanto a los grupos sectoriales generales presenta algunas diferencias. Continúa siendo la prestación de servicios el sector general que agrupa mayor parte de las reclamaciones, incrementándose aún más su porcentaje (un 69,19% en 2021 y un 74,83 % en 2022), seguido a distancia de los expedientes referidos a los bienes de consumo, con un 17,65 % (20,72% en 2021), salud 2,57 % (4,00% en 2021), vivienda 1,59% (1,90% en 2021), educación 1,45% (2,29% en 2021) y alimentación 1,91% (1,90% en 2021).

Dentro de la prestación de servicios, si en 2021 el sector más numeroso era el de telecomunicaciones que, con 3184 expedientes, representaba un 18,15% del total, en 2022, hay un decremento importante en el número de reclamaciones. Los 2148 expedientes gestionados el último año representaron solamente el 12,58% del total.

Lo más destacable es, sin embargo, el aumento sufrido en cuanto a reclamaciones debidas a suministros del hogar. En 2022 fueron 4713, frente a las 2378 del ejercicio anterior. Estos expedientes en 2022 representaron un 27,61% del total, lo que supone un aumento de 14 puntos porcentuales comparativamente con el año anterior. Al ser el grupo más numeroso interesa también hacer un análisis más pormenorizado. De estos asuntos, 3517 se refirieron al suministro eléctrico, con 3140 expedientes frente a las empresas comercializadoras de electricidad y 377 frente a las distribuidoras (mientras que en el año 2021 los datos fueron 1362 y 181 respectivamente). El motivo de estas notables modificaciones podría atribuirse, a la escalada de precios de la electricidad junto con los cambios normativos destinados a paliar sus efectos, en especial sobre las personas consumidoras más vulnerables, con

modificaciones en relación con la suspensión de los cortes de suministro o la aplicación del bono social. Un análisis de similar naturaleza podemos hacer en cuanto a las reclamaciones referidas al sector gasístico, principalmente al gas natural canalizado. Las reclamaciones referidas al gas natural en 2022 fueron 1042, lo cual supone también un aumento notable con respecto a las recibidas el año inmediatamente anterior (720). En este caso particular ha tenido influencia, sin duda, el aumento de la factura para muchas personas consumidoras que se encontraban en el mercado libre frente la estabilización del precio unitario del gas canalizado que ha supuesto la tarifa regulada.

El sector de ocio continúa la tendencia decreciente, pasando de 2015 expedientes en 2021 a 1735 en 2022. Es también importante resaltar el descenso de reclamaciones referidas a salud. En 2019, se dieron de alta 639 expedientes en este sector, mientras que en 2020 se formalizaron 912 y 701 en 2021, frente a las 438 en 2022.

Los expedientes relativos a la adquisición de bienes de consumo alcanzaron un total de 3013, en 2022, frente a los 3633 de 2021. El descenso más acusado se produce en relación con la compra de mobiliario, que pasa de 501 expedientes en 2021 a 365 en 2022, seguido de compra de aparatos de telefonía con 352 en 2021 frente a 244 en 2022 y aparatos de imagen y sonido que descienden a 143 en 2022 frente a los 227 de 2021. El único subsector dentro de los bienes de consumo que se ha incrementado, de forma ligera, es el del calzado.

Respecto a la vivienda, que comprende la compraventa y alquiler de vivienda, así como su aprovechamiento por turno, se observa un descenso en cuanto al número de expedientes, siguiendo la pauta general de menor número de reclamaciones. En 2021 se registraron 334 expedientes frente a los 272 de este ejercicio. De igual forma se ha comportado el sector de alimentación, que ha pasado de 334 expedientes en 2021 a 326 en 2022.

También el sector de educación ha descendido, siguiendo la tendencia general en todos los sectores, con la excepción del sector energía y agua, como ya se ha indicado anteriormente. Si en 2021 se computaron 402 expedientes, en 2022, se registraron 247.

Información y orientación. Atención personalizada en la OMIC

Además de la gestión de reclamaciones, la OMIC despliega una amplia labor informativa de carácter personalizado o de divulgación general, como aspecto esencial que contribuye a la protección de los legítimos derechos de las personas consumidoras. En este plano, su Carta de Servicios reconoce las siguientes labores:

- 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 personalizada en las oficinas de la OMIC

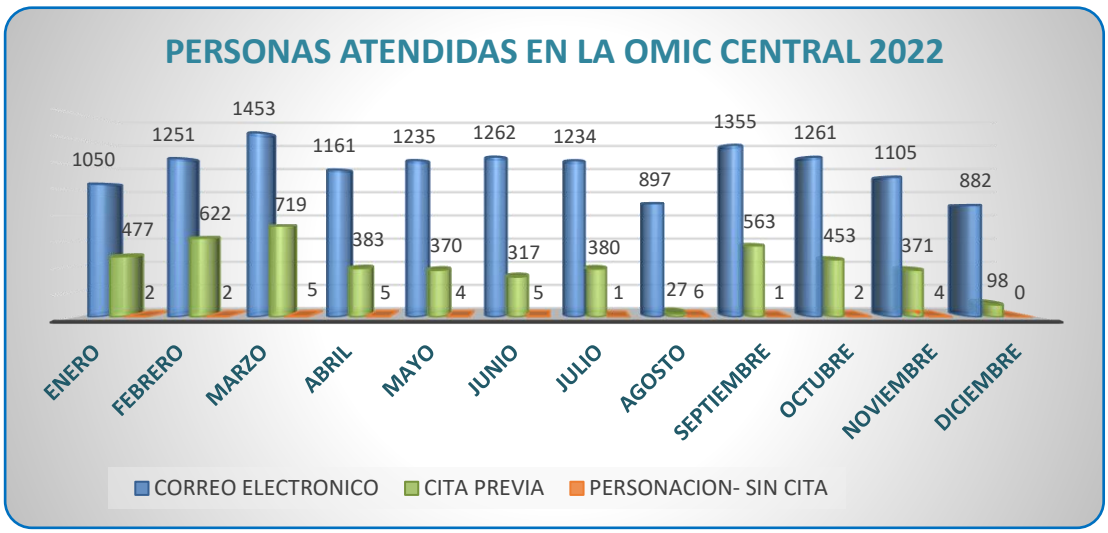
Actualmente, la OMIC, en su red de 22 oficinas, ofrece **atención personalizada** a las personas consumidoras para consultas en materia de consumo, a través de **diferentes vías**:

- Atención personalizada con **cita previa** en todas las oficinas de la OMIC, a través del sistema corporativo del Ayuntamiento de Madrid. Las restricciones de movilidad impuestas desde mediados de marzo de 2020, con la declaración del estado de alarma, obligaron a suspender la atención presencial. Para restaurar la atención personalizada lo antes posible, se desarrollaron las actuaciones precisas con el servicio corporativo de cita previa, para transformar la atención que venía realizándose en las oficinas de OMIC en atención telefónica personalizada, evitando así desplazamientos innecesarios a nuestras oficinas. Tras las necesarias actuaciones en la plataforma corporativa de gestión de cita previa, en 2022 comenzó a ofrecerse, primero en la OMIC Central y paulatinamente en varios distritos, un doble sistema que permite elegir a la persona consumidora entre cita presencial o telefónica, manteniéndose de todos modos, en la práctica, esta última opción como la preferida por las personas solicitantes.

- Atención presencial **sin cita previa**, que básicamente atiende demandas de **información general** 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, que es atendida directamente por el personal técnico que tenga asignada la gestión del expediente concreto de que se trate.

- Atención personalizada a través de un **correo electrónico institucional de consultas** en materia de consumo para dar respuesta de una forma rápida y eficaz las demandas de la ciudadanía. Esta medida, que tuvo una excelente acogida desde el inicio de la pandemia, por su facilidad de uso y la ágil respuesta que se ofrece por parte de la OMIC, como corroboran los datos de utilización de este servicio, así como la valoración otorgada por el ciudadano, se ha mantenido, por su eficacia y su demanda constantemente creciente. Se ha continuado también con la divulgación general del correo institucional como medio de contacto con la OMIC.

A continuación, se presentan de forma sintetizada los datos de la atención personalizada realizada en la OMIC Central, por los canales anteriormente indicados, y su distribución mensual, a los que hay que añadir la realizada en las oficinas de distrito. Refleja también el gráfico la escasa incidencia que ha tenido la atención presencial sin cita previa, a demanda de las personas consumidoras.



Atención con cita previa

La siguiente tabla muestra los datos de la atención personalizada con cita previa en 2022 comparativamente con los del año anterior.

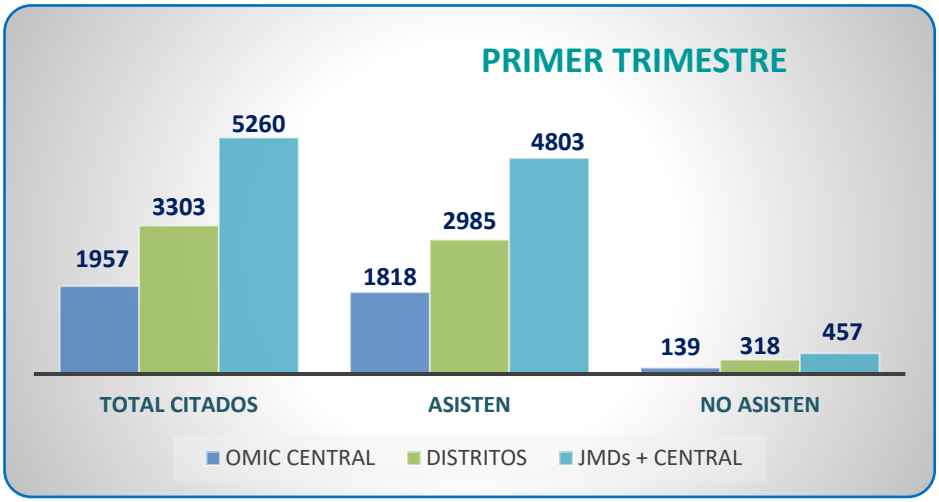
ATENCIÓN PERSONALIZADA CON CITA PREVIA OMIC Central		
OMIC CENTRAL	2022 Personas atendidas	2021 Personas atendidas
Enero	477	10
Febrero	622	427
Marzo	719	567
Abril	383	415
Mayo	370	327
Junio	317	447
Julio	380	436
Agosto	27	107
Septiembre	563	515
Octubre	453	279
Noviembre	371	446
Diciembre	98	100
TOTAL PERSONAS ATENDIDAS	4780	4076
TOTAL PERSONAS CITADAS	5154	4303
% Asistencia/Atención cita previa	92,70%	94,70%
% No asistencia/No atendidos	7,30%	5,30%

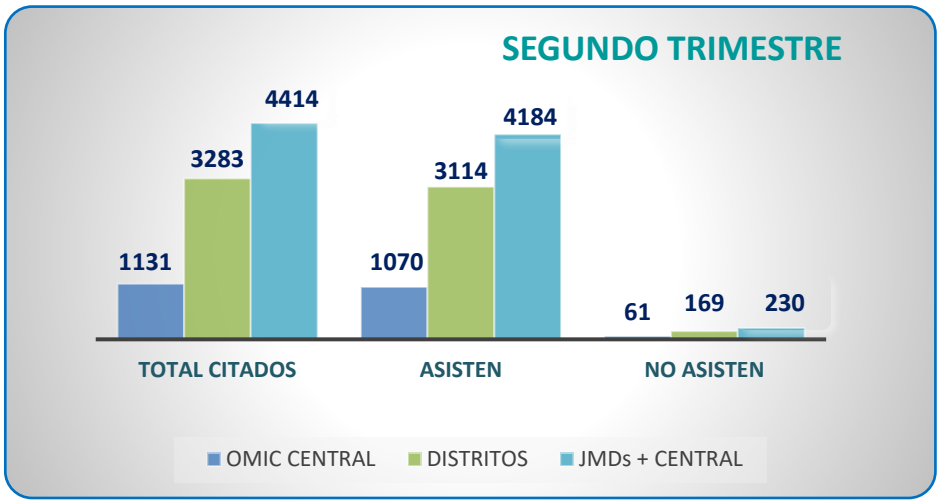
Las principales conclusiones que se deducen de los datos de la tabla anterior son, por un lado, que el número de personas atendidas en la OMIC Central vuelve a experimentar un crecimiento interanual, que en este caso se cifra en un 17,27%, manteniéndose un nivel bajo de absentismo a pesar de haber compatibilizado en la mitad del ejercicio 2022 año la atención presencial con la telefónica.

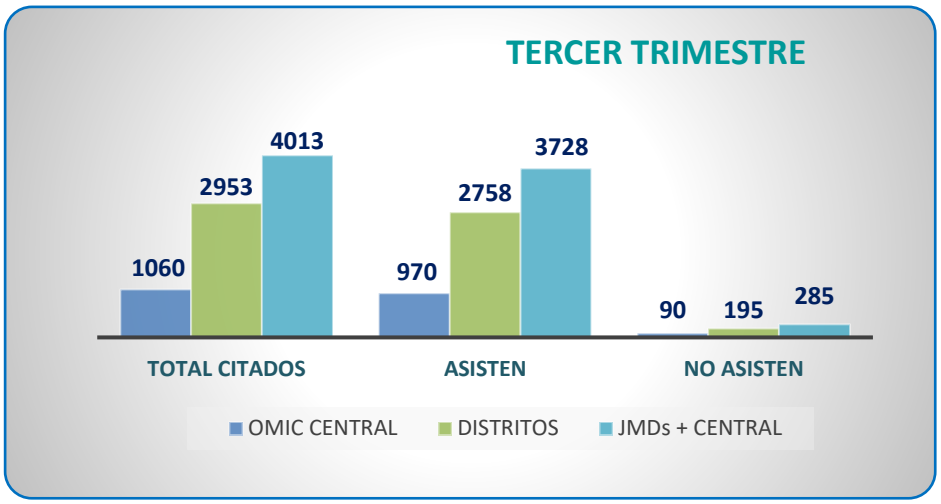
Si incorporamos los datos correspondientes a los distritos nos encontramos con que el total de personas citadas en 2022 fue 17.950, de las cuales 16.586 asistieron a la cita concertada (14.531 el año anterior), lo que supone un incremento interanual del 14,14% y se sitúa ya por encima de los datos anteriores a la pandemia. El valor de absentismo a las citas ha disminuido ligeramente en el conjunto de las oficinas, pasando del 8,98% en 2021 a un 7,60% en 2022, conforme a los datos indicados en la siguiente tabla.

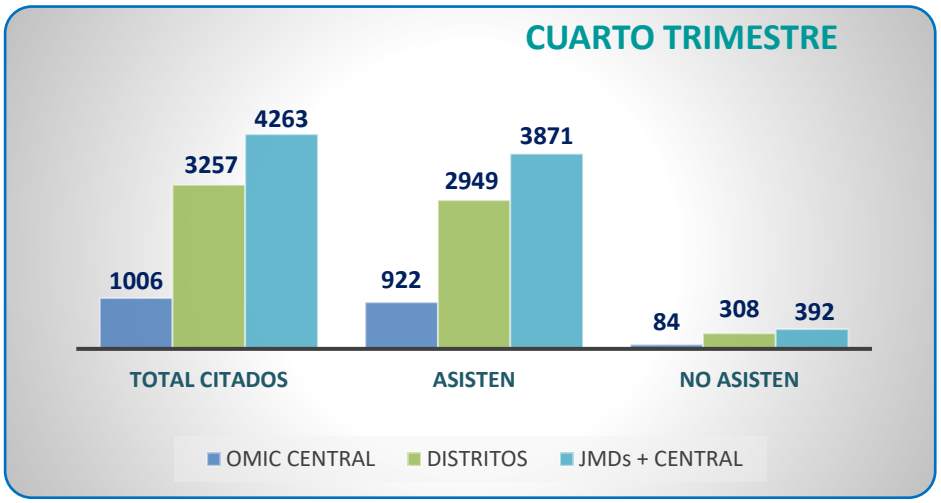
ATENCIÓN PERSONALIZADA EN LA OMIC CON CITA PREVIA en 2022					
	OMIC Central	Distritos	Total	% Total OMIC Central	% Total Distritos
Personas citadas	5154	12.796	17.950	28,71%	71,29%
Personas que acudieron a la cita	4780	11.806	16.586	28,82%	71,18%
Personas que NO asistieron a la cita	374	990	1364	27,42%	72.58%

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 descendente desde el inicio al final del año.




SEGUNDO TRIMESTRE
4414
3283
1131
4184
3114
1070
61
169
230
TOTAL CITADOS
ASISTEN
NO ASISTEN
OMIC CENTRAL
DISTRITOS
JMDs + CENTRAL


TERCER TRIMESTRE
4013
2953
1060
3728
2758
970
90
195
285
TOTAL CITADOS
ASISTEN
NO ASISTEN
OMIC CENTRAL
DISTRITOS
JMDs + CENTRAL


CUARTO TRIMESTRE
4263
3257
1006
3871
2949
922
84
308
392
TOTAL CITADOS
ASISTEN
NO ASISTEN
OMIC CENTRAL
DISTRITOS
JMDs + CENTRAL

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 proporcionarles información y asesoramiento jurídico y económico, basado en los principios de gratuidad, confidencialidad e independencia, con carácter personalizado y tratando de adaptarse a las circunstancias específicas de la persona solicitante de 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/as ciudadanos/as deseen plantear, siempre que afecten a sus relaciones de consumo.
- En segundo lugar, dar respuesta y orientación a las consultas formuladas por la cidadanía 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 de forma personalizada, ofreciendo a la persona consumidora la opción de atención presencial o telefónica.

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, manteniendo el convenio vigente a través del cual se instrumenta el marco de relación y cooperación entre ambas entidades para la tramitación del procedimiento de mediación de reclamaciones, frente a las empresas adheridas a su código de conducta, presentadas ante la OMIC Central, y referidas a comercio electrónico.

Atención sin cita previa y correo electrónico

Durante el año 2022, se han mantenido los procedimientos establecidos en ejercicios anteriores para la prestación de todos los servicios de la OMIC, potenciando extraordinariamente la resolución de consultas, dada la efectividad demostrados por los mismos. La base principal de este sistema es la comunicación con las personas consumidoras es a través de correo electrónico. Este sistema, que requiere un esfuerzo por parte de la Unidad de Información de la OMIC Central, para dar respuesta ágil a todas estas consultas,

se ha visto refrendado por un continuo incremento de uso por parte de la ciudadanía. Las oficinas de distrito han complementado esta labor a través de sus propios correos institucionales.

Solo en la OMIC Central, en 2022, se atendieron 14.146 consultas por correo electrónico, frente a las 11.943 del año anterior, lo que supone un incremento del 18,45%.

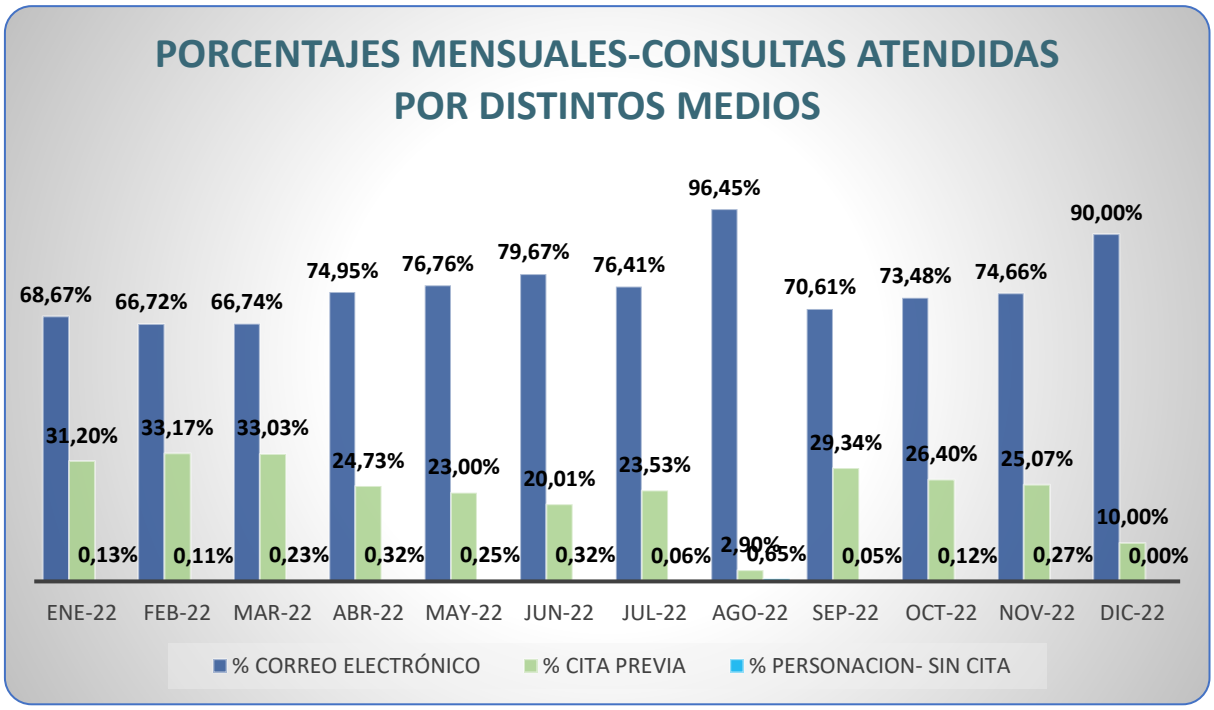
Al consolidarse este canal de consultas y respuestas por correo electrónico como una vía principal de atención personalizada a la ciudadanía, en la carta de servicios se incorporó en 2021 un nuevo indicador para la OMIC Central, referido a los tiempos de respuesta a dichas consultas, con la meta de responder al 80 % de ellas en un plazo de 5 días; evaluados sus resultados se observa una amplia superación de este objetivos.

Asimismo, en 2022 quedo abierta la posibilidad de atención presencial sin cita previa, si bien su demanda fue mínima. Los datos disponibles, solo de la OMIC Central, muestran su carácter residual actualmente, que se limitó a 37 personas en 2022.

En la siguiente tabla se resume la atención personalizada realizada en la OMIC Central por las distintas vías anteriormente descritas, en 2022. Globalmente, la atención personalizada tomando los tres canales (cita previa, correo electrónico y atención presencial sin cita previa), solo en la OMIC Central, arroja un dato de 18.963 intervenciones, frente a las 16.019 de 2021, lo que supone un incremento del 18,84 % con respecto al ejercicio inmediatamente anterior.

DISTRIBUCIÓN DE LA ATENCIÓN PERSONALIZADA DE LA OMIC CENTRAL (2022)				
OMIC Central	Consultas respondidas por correo electrónico	Personas atendidas con cita previa	Atendidas sin cita	TOTAL
Enero	1050	477	2	**1529**
Febrero	1251	622	2	**1875**
Marzo	1453	719	5	**2177**
Abril	1161	383	5	**1549**
Mayo	1235	370	4	**1609**
Junio	1262	317	5	**1584**
Julio	1234	380	1	**1615**
Agosto	897	27	6	**930**
Septiembre	1355	563	1	**1919**
Octubre	1261	453	2	**1716**
Noviembre	1105	371	4	**1480**
Diciembre	882	98	0	**980**

TOTAL	14.146	4780	37	18.963



El año 2022 se sitúa, pues, a la cabeza en relación con la resolución de consultas e información a las personas consumidoras.

Desagregando por sectores, los datos de las consultas recibidas por correo electrónico, se observa que a información de reclamaciones y procedimiento (3535), seguido de consultas sobre los sectores suministro luz (2417) y telefonía (1215).

DISTRIBUCIÓN POR SECTORES DE LAS CONSULTAS RECIBIDAS POR CORREO ELECTRÓNICO 2022	TOTAL
Alimentación	64
Cita previa	688
Compra bienes fuera establecimiento	49
Compra bienes online	752
Compra bienes presencial	660
Dentix-financiera	23
Educación	213
Información reclamaciones - procedimiento	3535
Juego	2
No consumo	514
Salud y estética (clínicas dentales, belleza, etc.)	201

DISTRIBUCIÓN POR SECTORES DE LAS CONSULTAS RECIBIDAS POR CORREO ELECTRÓNICO 2022	TOTAL
Seguros	183
Servicios financieros	226
Servicios generales (talleres, SAT, reparación domicilio, tintorerías)	544
Servicios ocio (Cines, gimnasios, espectáculos, restauración)	616
Suministro agua	39
Suministro -bono social/térmico/digital	107
Suministro gas	682
Suministro luz	2417
Suministro luz y gas	237
Suministro tope gas	14
Telefonía	1215
Transporte (alquiler vehículos, mensajería, taxi, metro, bus)	258
Viajes- alojamiento	150
Viajes- transporte	512
Viajes- viajes combinados	79
Vivienda-alquiler	129
Vivienda-compra	37
TOTAL	14.146

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 tiene actualmente un carácter residual, 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, siendo esta la opción por la que se inclinan la mayoría de las empresas.

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), Asociación de comerciantes de calzado de Madrid (ACC) y 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, al que pueden acudir las personas consumidoras para dar una solución, de carácter vinculante y ejecutivo para ambas partes, a las controversias surgidas en las relaciones de consumo.

En 2022, el Instituto Municipal de Consumo ha realizado un especial esfuerzo en acciones de comunicación y difusión dirigidas tanto a las personas consumidoras como a las empresas para mejorar el conocimiento de este sistema y también para conseguir aumentar la adhesión de las empresas, como modo más efectivo de sometimiento de estas a la resolución de los conflictos planteados ya que, de otro modo, su aceptación del arbitraje tiene carácter voluntario.

Actividad de la Junta Arbitral de Consumo

La Junta Arbitral de Consumo del Ayuntamiento de Madrid (JAC) 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.

Durante 2022, la JAC ha continuado con su labor de renovación de su personal para la cobertura de las plazas vacantes, destacando en este ejercicio la incorporación de dos nuevos técnicos con grado en derecho para actuar como árbitros propuestos por la administración municipal.

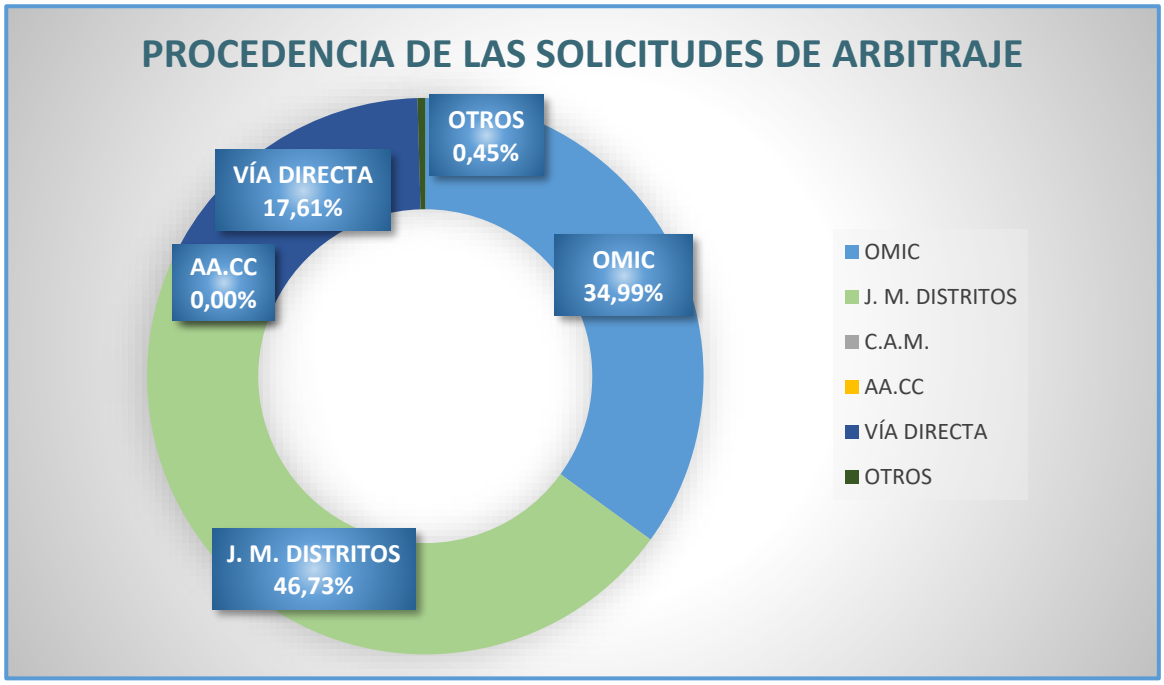
Los órganos arbitrales constituidos para la resolución de cada procedimiento arbitral conocen de la controversia sometida a su consideración y dictan los laudos arbitrales, resoluciones extrajudiciales de obligado cumplimiento por las partes. En 2022 se han realizado 441 vistas arbitrales, cifra muy similar a las llevadas a cabo en 2021 (452).

En la medida en que se ha ido recuperando paulatinamente la normalidad tras la pandemia, se han retomado las audiencias presenciales, si bien durante los primeros meses de 2022 se siguieron utilizando 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 2022, se ha registrado un cierto aumento en el número de solicitudes de arbitraje registradas. Con un total de 886, frente a las 759 del año 2021, suponen un incremento porcentual del 16,73%.

Muchos 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, situación que es más favorable si se trata de empresas adheridas al SAC. 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, 310 de la oficina Central y 414 de las oficinas de distrito, es decir, el 81,72% del total. El 18,28% de las solicitudes restantes fueron, prácticamente, presentadas directamente por las personas consumidoras ante la JAC municipal.



PROCEDENCIA	O.M.I.C.	J.M.DISTRITOS	C.A.M.	AA.CC.	VÍA DIRECTA	OTROS	TOTAL
TOTALES	310	414	2	0	156	4	886
%	34,99%	46,73%	0,23%	0,00%	17,61%	0,45%	100,00%

La JAC del Ayuntamiento de Madrid continúa manteniendo con los principales operadores del sector de telefonía (el que presenta mayor número de asuntos), así como con los demás sectores reclamados, las comunicaciones necesarias en el procedimiento arbitral (envío de solicitudes de arbitraje, contestaciones y citaciones a audiencias arbitrales) por vía electrónica. De igual forma se procede con los árbitros de las organizaciones de consumidores y empresarios que acuden a las vistas arbitrales, con el fin de agilizar las comunicaciones.

Distribución sectorial de solicitudes de arbitraje

En 2022 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 refleja de manera más detallada la distribución sectorial de las distintas solicitudes de arbitraje registradas.

DISTRIBUCIÓN DE EXPEDIENTES POR SECTORES 2022		
Sector	N.º de solicitudes	Porcentaje
Telecomunicaciones	282	31,83%
Servicios generales	183	20,65%
Bienes de consumo	162	18,28%
Servicios de ocio	61	6,88%
Energía y agua	55	6,21%
Salud	38	4,29%
Transporte y servicio postal	35	3,95%
Educación	28	3,16%
Vivienda	24	2,71%
Servicios financieros	14	1,58%
Alimentación	4	0,45%
TOTAL	886	100%

Como viene siendo habitual en arbitraje, el grupo más numeroso corresponde a las telecomunicaciones el cual representa un 31,83% del total, seguido de servicios generales con un 20,65% y de adquisición de bienes con un 18,28%.

De manera más específica, dentro del sector de las telecomunicaciones, lo subsectores más destacados son los servicios combinados de telefonía con 161 solicitudes, los de telefonía móvil con 54 solicitudes y los de telefonía fija con 42 solicitudes.

Del grupo de los servicios generales, el dato más significativo son las 38 solicitudes relativas a las tintorerías con un 4,29% del total de asuntos de asuntos gestionados en la Junta Arbitral de Consumo del Ayuntamiento de Madrid, 24 sobre reparaciones del hogar, seguido de las reparaciones de telefonía, con 13 solicitudes.

En cuanto a la compra de bienes, cabe resaltar las 29 solicitudes relativas a la adquisición de mobiliario, 14 solicitudes recibidas sobre compras electrodomésticos de gama blanca, así como otras 14 solicitudes sobre menaje del hogar, ferretería.

En la siguiente tabla se presenta toda esta información referida a la distribución de solicitudes en los sectores específicos más destacados en cuanto al número de expedientes registrados.

Sectores	Subsector	N.º de Solicitudes	Porcentaje
Telecomunicaciones	Servicios combinados telefonía	161	18,17%
	Telefonía móvil	54	6,09%
	Telefonía fija	42	4,74%
Servicios Generales	Mantenimiento y reparación de vehículos a motor	43	4,85%
	Tintorería	38	4,29%
	Reparaciones del hogar	24	2,71%
Bienes de consumo	Mobiliario	29	3,27%
	Electrodomésticos de gama blanca	14	1,58%
	Menaje del hogar/Ferretería/Bricolaje	14	1,58%
Servicios de ocio	Gimnasios	16	1,81%
	Hoteles y alojamientos turísticos	5	0,56%
Energía y agua	Electricidad comercializadora	19	2,14%
	Gas, comercializadora	17	1,92

Sectores	Subsector	N.º de Solicitudes	Porcentaje
Salud	Hospitales, clínicas y profesionales sanitarios	18	2,03%
Transporte y servicio postal	Servicios postales	10	1,13%
Educación	Otras enseñanzas no regladas	18	2,03%
Vivienda	Compraventa de vivienda libre	9	1,02%
Servicios financieros	Bancos y entidades financieras	3	0,73%
Varios	Otros	352	39,35%
TOTAL		886	100%

Resoluciones arbitrales

Los órganos arbitrales que emiten las resoluciones son los designados por la Presidencia de la JAC, los cuáles, en función de su composición, pueden ser unipersonales o colegiados. Durante el ejercicio 2022, se han celebrado 441 vistas arbitrales, de las cuales 286 han tenido lugar con órgano arbitral colegiado y 155 con órgano unipersonal.

Se ha emitido un total de 441 laudos arbitrales, 394 en equidad y 47 en derecho.

Los colegios arbitrales de la JAC del Ayuntamiento de Madrid se han constituido por los árbitros propuestos por 15 asociaciones de consumidores y 10 organizaciones empresariales, en desarrollo en los convenios de colaboración celebrados con dichas asociaciones y organizaciones.

Los resultados de las vistas celebradas en el año 2022, conforme al carácter de los laudos emitidos, se clasifican de la siguiente manera:

RESULTADO DE LAS VISTAS CELEBRADAS		
Resultado/Resoluciones arbitrales	Número	Porcentaje
Estimatorio total o parcialmente	245	55,55%
Desestimatorio	88	19,95%
Conciliatorio	32	7,26%
Archivo-Vía judicial cerrada	26	5,90%
Archivo-Vía judicial expedita	2	0,45%
Suspensión	0	0,00%

RESULTADO DE LAS VISTAS CELEBRADAS		
Inspección ocular	0	0,00%
Inhibitorio	48	10,89%
TOTAL	441	100%

Promoción del arbitraje de consumo

La labor de fomento del conocimiento del sistema arbitral de consumo y de conseguir incorporar nuevas empresas adheridas a dicho sistema ha sido especialmente intensa en 2022, cuestión que se ha llevado a la práctica a través de distintos tipos de acciones.

En primer lugar, se ha continuado con la labor de divulgación general dirigida a toda la ciudadanía con la exhibición en 2022 dos campañas de promoción en mobiliario urbano. La primera de ellas se desarrolló en dos circuitos de marquesinas de autobuses repartidas por toda la ciudad (del 28 de febrero al 20 de marzo), utilizando para ello cartelería que, bajo el mismo lema que el utilizado el año anterior "Donde ves un conflicto, nosotros una solución" trata de resaltar la eficacia que tiene este sistema en la resolución de conflictos de consumo.

Por otra parte, y para renovar la comunicación se desarrolló una nueva campaña de creatividad, para ser utilizada en posteriores comunicaciones, entre ellas la exhibición en un circuito de marquesinas del 5 al 18 de diciembre, pero con piezas también para ser utilizadas en otros medios como la página web o las redes sociales del IMC. En este caso el lema utilizado es "Madrid resuelve", que viene a reforzar ese carácter resolutivo y eficaz del sistema arbitral de consumo, junto con el hecho de que los servicios municipales del Ayuntamiento de Madrid prestan este servicio gratuito a la ciudadanía.

En segundo término, durante todo el año 2022 se ha venido reforzando la campaña de comunicación directa a nivel empresarial para promover la adhesión de las empresas al sistema arbitral de consumo, dando continuidad a la acción emprendida en 2021, consiguiendo nuevos establecimientos adheridos e incrementar el censo de empresas que lo han hecho a través de la Junta Arbitral de Consumo del Ayuntamiento de Madrid.

Como resultado de estas iniciativas de promoción del arbitraje de consumo se han contabilizado nuevas adhesiones, alcanzando un total de 3771 empresas madrileñas

adheridas al Sistema Arbitral de Consumo al finalizar 2022, frente a las 3413 que lo estaban en esa misma fecha del año anterior. Es decir, se ha producido un incremento del 10,49%.

➥ En tercer lugar, el arbitraje de consumo ha formado parte de las acciones destinadas a divulgación general en formato audiovisual de contenidos de consumo. En concreto, dentro de los videos cortos o píldoras informativas producidas por el IMC en 2022, tres se han destinado al arbitraje de consumo para su difusión tanto en actos y eventos como a través de la página web corporativa y las redes sociales del IMC.

La primera de ellas es de carácter general y tiene como objetivo dar a conocer la existencia de la JAC del Ayuntamiento de Madrid y difundir este sistema de resolución de conflictos, sus características, así como la forma de acceder a él. Las otras dos, que están publicadas en la web municipal, se refieren a dos casos prácticos resueltos por nuestra Junta Arbitral, relativos a los sectores de tintorerías-lavanderías y taller de reparación de automóviles, respectivamente.

En materia de folletos y contenidos gráficos, se ha reeditado el folleto sobre el Sistema Arbitral de Consumo como material de apoyo para el desarrollo de las campañas de sensibilización realizadas, en particular los programas de información en espacio público desarrolladas en colaboración con las asociaciones de consumidores o las actuaciones correspondientes dentro de los programas anuales de formación en materia de consumo, en particular, en la campaña de visitas a 704 establecimientos comerciales madrileños.

➥ Finalmente, y como aspecto complementario que contribuye a facilitar y hacer más ágil la adhesión de las empresas se ha procedido a la revisión y normalización del formulario existente en el portal de gestiones y trámites del Ayuntamiento de Madrid de Oferta pública de adhesión al SAC. Cabe destacar como novedad en este impreso, la incorporación de la posibilidad de que el empresario autorice al Ayuntamiento de Madrid a consultar el Impuesto de actividades económicas (IAE) ante la Agencia Estatal Tributaria para disminuir la documentación que deben presentar para la formalización del trámite de adhesión.

Desarrollos informáticos para la Junta Arbitral de Consumo

Durante el año 2022, se ha dado continuidad a la gestión de las solicitudes de arbitraje a través de la aplicación SIGSA, basada en el expediente electrónico. Así mismo se ha seguido trabajando en el desarrollo y utilización de la notificación electrónica y de la aplicación Data Warehouse (Business Intelligence) para la explotación estadística de forma rápida y ágil de los datos relativos al procedimiento arbitral de consumo.

Se ha solicitado por parte del IMC al organismo Informática del Ayuntamiento de Madrid (IAM) la inclusión en su cartera de proyectos de un desarrollo destinado a la automatización parcial, adaptación y mejora de los flujos de trabajo de los procedimientos de la JAC del Ayuntamiento de Madrid, con la finalidad de incrementar la agilidad de la tramitación de los expedientes arbitrales consiguiendo la automatización de determinadas tareas reiterativas.

Otras actuaciones

Se ha suscrito un Convenio entre la Universidad Nacional a Distancia (UNED) y el Ayuntamiento de Madrid para seleccionar personal docente e investigador con capacidad para colaborar en el SAC en el ámbito del Ayuntamiento de Madrid, y participar en las audiencias arbitrales unipersonales, en coordinación con los recursos disponibles y las peticiones de arbitraje solicitadas por los consumidores, y asegurar el correcto funcionamiento del arbitraje de consumo en el ámbito del Ayuntamiento de Madrid y la agilización de procedimientos.

Línea de acción II

Formación sobre consumo

Durante el año 2022 se ha desarrollado una intensa actividad formativa que, en este ejercicio, ha incidido especialmente en los colectivos más vulnerables de personas consumidoras, en particular el de las personas mayores, continuando también con las habituales acciones dirigidas a los comerciantes, a través de visitas personalizadas a establecimientos ubicados en determinadas zonas comerciales seleccionadas.

La mayoría de las acciones formativas han estado integradas en el Programa anual de formación en materia de consumo, desarrollado a través del contrato vigente para los ejercicios 2021 y 2022.

Este año se han conseguido realizar todos los tipos de actividades comprendidas en el programa anual, esto es los talleres sobre consumo en centros escolares, las sesiones formativas para el colectivo de adultos, los puntos informativos en centros de mayores y las actividades en colegios de educación especial, así como el programa de comerciantes. Este esfuerzo y la gran colaboración recibida por parte de los centros destinatarios del programa ha permitido su exitoso desarrollo, tanto en cuanto a las sesiones formativas impartidas como al número de alumnos/as formados/as.

Adicionalmente cabe destacar, la organización y ejecución de un grupo de sesiones formativas especializadas realizadas en centros de mayores, repartidos por todos los distritos de Madrid, destinadas a paliar la brecha digital, en las que se han impartido nociones básicas sobre acceso y navegación segura por internet así como la utilización de determinados servicios bancarios, ante la demanda social existente y la necesidad surgida en este colectivo por la digitalización creciente de los servicios bancarios y financieros. En colaboración con el Colegio Notarial de Madrid se ha impartido una jornada formativa, con dos ediciones, destinada a tratar aspectos relacionados con la autonomía personal y la gestión del patrimonio personal y familiar en la vejez, todo ello en el marco de mejorar la educación financiera de las personas consumidoras.

En lo que respecta a la formación específica dirigida a los/as trabajadores/as municipales, desde el IMC y previa consulta con los distritos, 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. Se han desarrollado en formato on-line a través de las herramientas corporativas que permiten la interacción con los participantes. Dentro de esta oferta formativa interna se han mantenido también los dirigidos a todo el personal municipal y destinados a reforzar su conocimiento sobre sus derechos en materia de consumo y a promover hábitos de consumo sostenible.

2.1 Programa de formación en consumo

Acciones formativas dirigidas a las personas consumidoras

El Programa de formación en materia de consumo este año contemplaba un conjunto de acciones formativas dirigidas a distintos públicos objetivo, con especial incidencia en aquellos colectivos que, conforme a la normativa vigente, deben ser objeto de especial protección, es decir, escolares, personas con discapacidad, inmigrantes y mayores.

En total, se han realizado 1524 acciones formativas dirigidas a consumidores que han contado con 37.310 participantes, frente a las 25.971 personas formadas en el ejercicio inmediatamente anterior.

Los resultados obtenidos se consideran muy satisfactorios, tanto por los datos cuantitativos como por las evaluaciones realizadas. Comparativamente con el año anterior, hay un ascenso notable en el número de personas consumidoras formadas, superando incluso las cifras anteriores a la pandemia.

Talleres de consumo

Son actividades educativas que se desarrollan en la escuela en las que se tratan temas monográficos sobre consumo. Con ellos se promueve la formación específica desde la infancia, constituyendo un complemento a la enseñanza reglada. La oferta temática ofrecida a los centros ha sido muy similar a la del ejercicio anterior y su público objetivo abarca los niveles del ciclo educativo comprendidos entre la educación infantil al bachillerato, incluyendo la formación profesional. Su formato es en todos los casos el de taller práctico interactivo en el que puedan participar e interaccionar los/as alumnos/as.

El número total de talleres celebrados en 2022 ascendió a 1280, tal y como estaba programado. Todos estos talleres se desarrollaron de manera presencial y en ellos participaron 26.504 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 2022
Salud y seguridad de los productos
Saber comprar
Suministros básicos
Comercio Justo

OFERTA TEMÁTICA DE TALLERES DE CONSUMO 2022
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 4,70 puntos sobre 5, similar a la valoración del pasado ejercicio que fue 4,68, 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 PRIORITARIAS	TEMAS	TALLERES REALIZADOS
Alimentación sostenible	Consumo y alimentación sostenible: desperdicio alimentario.	242
Comercio Justo	Comercio Justo.	60
Educación financiera	Educación financiera: banca, seguros y finanzas. Gestión de la economía doméstica personal y familiar.	58
Consumo sostenible	Consumo sostenible de productos y servicios.	18

TEMÁTICAS PRIORITARIAS	TEMAS	TALLERES REALIZADOS
	Uso sostenible de la energía. Ahorro y eficiencia energética.	101
	Minimización, separación y reciclaje de residuos: La fracción biorresiduo.	137

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

- 242 talleres de Consumo y alimentación sostenible: 197 talleres en educación primaria y 45 en educación secundaria.
- 60 talleres de Comercio Justo: 43 talleres en educación primaria y 17 en educación secundaria.
- 58 talleres dedicados a la Educación Financiera: 6 talleres de Educación Financiera: banca, seguros y finanzas, en educación secundaria y otros 52 dedicados a la Gestión de la economía doméstica y familiar. De estos últimos, 21 se han realizado en educación primaria y 31 en educación secundaria.
- También, destaca el resto de las temáticas dedicadas al consumo sostenible, con un dato global 256 talleres con el siguiente detalle: 18 sobre consumo sostenible de productos y servicios, 101 sobre uso sostenible de la energía, ahorro y eficiencia energética y 137 sobre minimización, separación y reciclaje de residuos: la fracción biorresiduo.

Este año, al igual que el anterior, 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 244 talleres donde se ha difundido este contenido con 5735 participantes.

Gymkhanas de consumo

En este año 2022 han podido restaurarse actividades formativas como las gymkhanas de consumo que están enfocadas principalmente a los colectivos de las personas con discapacidad. En ellas se plantea la realización práctica de varias pruebas que debe superar los participantes, todas ellas encaminadas a su formación en un consumo responsable de productos y servicios. El aprendizaje se potencia a través del formato de la actividad, que combina aspectos lúdicos, manipulativos y competitivos. En el año 2022 se han desarrollado 8 gymkhanas de consumo, con un total de 51 personas participantes. En la evaluación efectuada por éstos se otorga una puntuación media de 4,75 puntos sobre 5, alcanzado una excelente valoración.

Supermercado itinerante

Esta suele ser una de las actividades más demandadas por su formato especialmente práctico e interactivo, que consiste en la representación física de un supermercado, y que también ha podido restaurarse, una vez superadas las restricciones de la pandemia.

Los participantes reciben información sobre diversos aspectos relativos a la compra: tipos de alimentos, presupuesto previo, la lista de la compra, el tique de caja y la interposición de una reclamación cuando se presenta algún problema. Al igual que la actividad anterior se dirige principalmente a los colectivos de personas con discapacidad. En 2022, se desarrollaron 34 supermercados, con 281 participantes. En la evaluación efectuada se le otorga una puntuación media de 4,47 puntos sobre 5.

Actividades para para personas mayores

El formato de esta acción se basa en la instalación de puntos informativos sobre consumo en los centros municipales de personas mayores, en los que durante tres horas personal técnico en consumo atiende las consultas de las personas que acuden al mismo. Los centros fueron seleccionados por la dirección general competente en materia de protección a las personas mayores.

Durante esta actividad, se distribuyó la guía divulgativa "Las personas mayores y el consumo", en la que se tratan los temas de mayor interés para este colectivo, tales como: saber comprar, cómo reclamar, publicidad, etiquetado de los productos, consumo sostenible, transportes, bancos, electricidad, gases combustibles y compras a través de Internet, entre otros, que incorporaba para su actualización una adenda que incluía las principales novedades introducidas por la normativa en materia de suministros energéticos. En esta ocasión se han distribuido un total de 7560 guías en los 42 centros de mayores que han participado en esta actividad formativa.

CENTRO DE MAYORES PARTICIPANTES EN EL PROGRAMA DE FORMACIÓN 2022

Centro Municipal	Distrito	Centro Municipal	Distrito
Luca De Tena	Arganzuela	Margarita Salas	Latina
Casa Del Reloj		Lucero	
Acuario	Barajas	El Pozo	Puente de Vallecas
Teresa De Calcuta		Entrevías	
Francisco De Goya	Carabanchel	Pérez Galdós	Retiro
San Vicente De Paul		Pio Baroja	
Dos Amigos	Centro	La Guindalera	Salamanca

Benito Martin Lozano		Maestro Alonso	
Prosperidad-Santa Hortensia Nicolás Salmerón	Chamartín	Canillejas Antonio Machado	San Blas
Antonio Mingote Santa Engracia	Chamberí	Pamplona Pamplona	Tetuán
Príncipe De Asturias Ascao	Ciudad Lineal	El Almendro Daroca	Vicálvaro
Islas Jarvi Vocal Vecino Justo Sierra	Fuencarral	Santa Eugenia Villa De Vallecas	Villa De Vallecas
Bucaramanga Huerta De La Salud	Hortaleza	Miguel Delibes Ntra. Sra. De Los Ángeles	Villaverde
Aravaca Infante Don Juan	Moncloa	Orcasur Loyola de Palacio	Usera
Nicanor Barroso Moratalaz	Moratalaz		

A los consumidores atendidos en los puntos de información se les ha solicitado rellenar una breve encuesta anónima que pretende obtener conocimiento sobre las cuestiones de consumo que más incidencia tienen en el colectivo de personas mayores y, por otro, acercarles la información sobre cómo ejercer sus derechos.

Los datos de las 573 encuestas realizadas en estos puntos, con una media aproximada de 25 encuestas por distrito, indican que ha habido una mayor participación de mujeres - un 63,0% frente al 37,0% de hombres. En general, la mayoría de las personas consumidoras encuestadas ha tenido problemas relacionados con el consumo en sectores como suministros y servicios, siendo los más destacados la electricidad y la telefonía.

Algunos datos adicionales recogidos en estas encuestas ponen de manifiesto la importancia de incidir en acciones formativas e informativas destinadas a este colectivo, puesto que el 53% indican no saber cómo formular una reclamación y un 43% no conoce la forma de solicitar información sobre consumo. La mayoría de las personas mayores encuestadas ve muy adecuada que esta información se les acerque a través de los centros de mayores.

Sesiones formativas para personas adultas

Estas sesiones de dos horas de duración, que se imparten en centros de formación de personas adultas permiten exponer y debatir distintos temas básicos sobre consumo. Las temáticas tratadas en cada centro se han organizado en función de las necesidades del grupo destinatario, dentro de la oferta formativa que versaba sobre las siguientes cuestiones:

Los derechos generales de las personas consumidoras

El Sistema Arbitral de Consumo

Publicidad y medios de comunicación

Comercio Justo

Educación financiera: banca, seguros y finanzas

Consumo sostenible de productos y servicios

Consumo y alimentación sostenible: desperdicio alimentario

Uso sostenible de la energía. Ahorro y eficiencia energética.

Minimización, separación y reciclaje de residuos. La fracción biorresiduo

Nuevas tecnologías y comercio electrónico

Gestión de la economía doméstica. Presupuesto personal y familiar.

Salud y seguridad de los productos

Suministros básicos: electricidad, agua y gas

Saber comprar

Ocio, juegos y juguetes

Se realizaron un total de 160 sesiones formativas, en 21 centros de formación de personas adultas de la ciudad de Madrid. Estas sesiones formativas contaron con 2341 asistentes. El mayor número de ellos ha elegido la temática de "Consumo y alimentación sostenible: desperdicio alimentario".

La evaluación global de todas las sesiones formativas arrojó una muy buena calificación con 4,81 puntos sobre 5.

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

Dentro del programa de formación 2022, 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.

En cada visita se ha hecho entrega al establecimiento comercial de una carpeta con documentación general relativa a los temas anteriormente citados. Además, 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 visitas personalizadas a establecimientos comerciales, en el que puede encontrarse en formato digital toda la documentación que este año se ha distribuido 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 información adicional.

En el Programa de Formación en Consumo 2022 se han realizado visitas personalizadas a 704 establecimientos. Las zonas de actuación seleccionadas han sido los distritos de Carabanchel, San Blas, Ciudad Lineal y Fuencarral-El Pardo. La distribución de establecimientos por zonas visitadas ha sido la siguiente:

ZONAS Y ESTABLECIMIENTOS VISITADOS (2022)	
ZONA	N.º DE ESTABLECIMIENTOS VISITADOS
CARABANCHEL	118
SAN BLAS	38
CIUDAD LINEAL	349
FUENCARRAL-EL PARDO	199
TOTAL	704

Del total de 704 establecimientos visitados, el 100% disponían de hojas de reclamaciones y el 98,50% exhibía el cartel informativo. Son datos que reflejan una clara mejoría de situación del mercado con respecto a lo observado en campañas anteriores y constatan la eficacia de esta acción informativa que ha venido manteniéndose en el tiempo.

Al respecto del conocimiento sobre el Sistema Arbitral de Consumo, solo un 3,20% reconoce saber en qué consiste, aunque únicamente un 0,85% se encontraba ya adherido. De los establecimientos visitados, el 71,30% pertenecen a un sector que dispone de **Código de Buenas Prácticas**, de los cuales 4 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 acciones de difusión.

Resumen del programa de formación en materia de consumo

El programa de formación en consumo correspondiente al ejercicio 2022 comprendió un total de 2228 acciones formativas. Representa un notable ascenso, con respecto al año anterior, en el que se realizaron 2000 acciones y el resultado puede considerarse muy favorable ya que ha aumentado considerablemente el número de participantes que, en 2022 fueron 38.014 frente a los 26.671 del ejercicio 2021, incluyendo consumidores formados y establecimientos comerciales visitados.

Al igual que en el ejercicio anterior, los datos de las acciones formativas destinadas a personas consumidoras se han recogido desagregados por género, para cumplir con el indicador correspondiente de objetivos presupuestarios, con el resultado de la participación de un 50,33% de hombres y de un 49,67% 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 2022

Destinatarios	Tipo de acción	N.º de acciones	N.º de participantes	Hombres	Mujeres
Personas consumidoras	Talleres de consumo	1280	26.504	13.567	12.937
	Gymkhanas de consumo	8	51	27	24
	Supermercado itinerante	34	281	156	125
	Sesiones formativas para personas adultas	160	2341	1011	1330
	Sesiones en centros municipales de personas mayores	42	8133	211[1]	362[1]

PROGRAMA DE FORMACIÓN EN MATERIA DE CONSUMO 2022			
Representantes empresariales	Visitas a establecimientos comerciales	704	704
TOTALES		2228	38.014

[1] Este dato recoge únicamente la desagregación de los participantes en las 573 encuestas realizadas en los centros de mayores

2.2 Sesiones formativas sobre banca digital y educación financiera en centros municipales de mayores

El avance de las nuevas tecnologías tiene una amplia repercusión en los modos de consumir, lo que tiene inmediato reflejo en el incuestionable auge del comercio electrónico para la realización de nuestras compras cotidianas y también en la creciente tendencia a la digitalización de la contratación de servicios y del seguimiento de las prestaciones recibidas a través de ellos.

En este tránsito, es de todos conocida la apertura de la llamada "brecha digital", que tiene su máxima incidencia en la población más vulnerable, en aquellos que, por sus circunstancias personales, educativas o económicas, tienen especial dificultad para adaptarse a esta transformación, y que origina la posibilidad de dar lugar a claros fenómenos de exclusión social. Es indudable que el colectivo de las personas mayores es uno de los más afectados por esta tendencia hacia lo digital, al no disponer muchas de ellas de medios o de los conocimientos mínimos para un acceso seguro a internet o a las aplicaciones digitales que se ofrecen a través de otros dispositivos.

En el caso de los servicios bancarios, a estas circunstancias se han visto agravadas por el cierre de numerosas sucursales, lo que les hace mucho más complicado el manejo de sus cuentas y, en definitiva, la administración de sus ahorros, ingresos y todas las operaciones que estaban acostumbrados a realizar a través de la atención presencial directa en su entidad bancaria.

Ante esta situación, en noviembre de 2021, recabada la colaboración de la Dirección General de Mayores y Atención Social, el IMC desarrolló un proyecto piloto que se centraba en difundir conocimiento sobre el acceso a internet para la compra de bienes, la contratación de servicios y, en particular, el acceso a la banca digital. Se concretó en la impartición de 6 sesiones formativas en otros tantos centros de mayores de los distritos de San Blas, Usera, Centro, Moncloa, Retiro y Ciudad Lineal.

Los buenos resultados de este piloto determinaron la necesidad de su ampliación en 2022, en primer lugar para llegar a todos los distritos de Madrid y, en segundo, ante las cuestiones planteadas en las sesiones anteriores, se vio la conveniencia de complementar la educación financiera recibida en cuanto a banca electrónica con información sobre el consumo y la utilización de determinados productos bancarios que les afectan especialmente y que pueden suponer mayor riesgo, como es el caso del manejo de cuentas y depósitos, tarjetas

de crédito y de débito, tarjetas revolving, así como sobre préstamos hipotecarios, las hipotecas inversas y los créditos al consumo y créditos rápidos, construyendo así una acción mucho más ambiciosa.

Con este planteamiento se conformó el formato de la actividad como charlas informativas interactivas, que con una duración aproximada de hora y media se habían de desarrollar en centros municipales de mayores. Tras la charla formativa, se abre un coloquio para responder a las preguntas y dudas sobre situaciones prácticas de las personas asistentes. La acción se ha desarrollado durante el segundo trimestre del año en 42 centros municipales de mayores, repartidos por todos los distritos. La distribución de los centros y el calendario de las 42 sesiones realizadas fueron determinados por el Área de Gobierno de Familias, Igualdad y Bienestar Social, que se ocupó también de la difusión y convocatoria de los/as usuarios/as de los centros. El IMC se encargó de la definición de los contenidos y el formato de las sesiones de su impartición técnica.

Los centros municipales de mayores en los que se ha impartido esta actividad formativa, entre los meses de abril y junio de 2022, han sido los siguientes:

CENTRO DE MAYORES PARTICIPANTES EN EL PROGRAMA DE FORMACIÓN 2022

Centro Municipal	Distrito	Centro Municipal	Distrito
Luca De Tena	Arganzuela	Campamento Cerro Bermejo	Latina
Teresa De Calcuta	Barajas	San Diego Alto Del Arenal	Puente de Vallecas
Francisco De Goya San Vicente De Paul Monseñor Oscar Romero	Carabanchel	Pérez Galdós	Retiro
Dos Amigos Antón Martín	Centro	Maestro Alonso	Salamanca
Prosperidad-Santa Hortensia	Chamartín	Castillo De Ucles Pablo Casals Antonio Machado	San Blas
Antonio Mingote Santa Engracia	Chamberí	Remonta	Tetuán
Príncipe De Asturias Manuel Alexandre Islas Filipinas	Ciudad Lineal	Daroca	Vicálvaro

CENTRO DE MAYORES PARTICIPANTES EN EL PROGRAMA DE FORMACIÓN 2022			
Centro Municipal	Distrito	Centro Municipal	Distrito
Peñagrande La Vaguada Justo Sierra	Fuencarral	Villa De Vallecas	Villa De Vallecas
Ntra. Sra. De La Merced Ntra. Sra. Del Carmen San Benito	Hortaleza	Eduardo Minguito Ntra. Sra. De Los Ángeles	Villaverde
Aravaca Dehesa	Moncloa	Loyola De Palacio Zofio San Filiberto	Usera
Moratalaz Moratalaz	Moratalaz		

En cuanto al contenido de las sesiones se ajustó al siguiente programa temático:

- Conceptos básicos.
- Banca electrónica:
  - ✓ Seguridad y precauciones
  - ✓ Pagos
  - ✓ Justificantes y comprobantes de las acciones y movimientos realizados
- Productos bancarios:
  - ✓ Cuentas bancarias y depósitos
  - ✓ Tarjetas de crédito y de débito
  - ✓ Tarjetas revolving
- Préstamos y créditos:
  - ✓ Préstamo hipotecario
  - ✓ Hipoteca inversa
  - ✓ Préstamo personal.
- Créditos:
  - ✓ Créditos al consumo

    Créditos rápidos

A estas sesiones han acudido un total de 590 asistentes, repartidos por todos los centros, de los cuales 197 fueron hombres y 393 mujeres.

2.3 Colaboración con el Colegio Notarial de Madrid

En el ejercicio de la competencia que corresponde al IMC de desarrollo de programas y actuaciones singulares de información y formación en materia de consumo dirigidas a las personas consumidoras y, en el marco de otras actuaciones destinadas a mejorar el conocimiento de estas en materia de educación financiera y de gestión de la economía personal y familiar que se han venido impulsando a lo largo de todo el mandato corporativo, en 2022, se inició una colaboración con el Colegio Notarial de Madrid, que ha permitido compartir el conocimiento experto de prestigiosos notarios en temas que son de interés general, pero que lo son específicamente en las personas de edad avanzada.

La actividad formativa ha consistido en la programación de 2 jornadas, que se desarrollaron en la sede del Colegio Notarial, los días 13 y 26 de junio. Bajo el título "Jornadas de asesoramiento notarial: Instrumentos jurídicos para la protección patrimonial y la autonomía personal", contaron con un programa distribuido en tres mesas temáticas:

- Mesa I. La importancia de otorgar testamento ¿Donar en vida o heredar?
- Mesa II. Fórmulas complementarias de planificación en el ámbito patrimonial: renta vitalicia, contrato de alimentos, hipoteca inversa y venta de nuda propiedad.
- Mesa III. Instrumentos jurídicos de autonomía personal: medidas voluntarias de apoyo, poderes preventivos, autocuratela y documento de últimas voluntades.

Cada una de estas mesas consistió en una exposición por parte de un notario y coloquio y turno de preguntas formuladas por los/as asistentes.

La difusión de estas jornadas se realizó a través de las asociaciones de mayores, de la página web corporativa y redes sociales del IMC, de la web institucional del Colegio Notarial de Madrid y de la red interna municipal. A estas jornadas asistieron 140 personas, que habían realizado previamente su inscripción, completándose en ambas el aforo de la sala. Las sesiones grabadas han estado accesibles posteriormente a través de las páginas web.

Dado lo exitoso de esta acción se ha previsto hacer un desarrollo más extensivo en el próximo ejercicio, manteniendo tan fructuosa colaboración.

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 para su integración en el plan anual de formación para sus empleados/as cursos específicos dirigidos al conjunto de trabajadores/as municipales

cuyo cometido tiene relación con los servicios que el Ayuntamiento de Madrid presta en materia de consumo.

Si bien la acción formativa tiene como objetivo fundamental dotar a los/as empleados/as municipales de conocimiento y capacitación técnica para el mejor desarrollo de su labor de atención a través de la OMIC y en las labores de inspección y de arbitraje, se han incluido también algunos cursos dirigidos al conjunto del personal municipal, para que el conjunto de la plantilla tenga la oportunidad de mejorar su conocimiento sobre los derechos que les asisten en sus relaciones de consumo y fomentar un consumo responsable de productos y servicios.

En 2022 se ha priorizado la formación en la materia de uno de los sectores que más reclamaciones ha suscitado, el sector energético, así como a difundir los cambios que ha sufrido el RDL 1/2007, de 16 de noviembre, por el que se aprueba el Texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias como consecuencia de sus modificaciones más recientes.

Durante este año se ha continuado con la impartición de la formación en formato de reunión telemática a través de las herramientas corporativas a tal efecto. En el año 2022, Los cursos específicos sobre consumo, cuya programación y coordinación correspondió al IMC se resumen en la siguiente tabla:

FORMACIÓN ESPECÍFICA DE CONSUMO PARA EMPLEADOS/AS DEL AYUNTAMIENTO DE MADRID. AÑO 2022			
Título del curso	Ediciones	N.º de horas	N.º de alumnos/as
Consumo sostenible y comercio justo	1	21	40
Tú eres consumidor ¿Conoces tus derechos cuando compras un producto o te prestan un servicio?	2	30	60
Los suministros energéticos, gas y electricidad en el hogar	2	24	40
Créditos al consumo	1	15	20

FORMACIÓN ESPECÍFICA DE CONSUMO PARA EMPLEADOS/AS DEL AYUNTAMIENTO DE MADRID. AÑO 2022			
Servicios de pago, protección ante operaciones bancarias y tarjetas. Contratación electrónica. Firma electrónica. Tarjetas revolving.	2	30	40
Inmobiliarias, alquiler de viviendas y venta de viviendas de segunda mano.	1	12	20
Modificación del RDL 1/2007 y los cambios introducidos en la Ley 7/2021	2	24	60
TOTALES	11	156	280

Las evaluaciones realizadas por los asistentes a estos cursos de formación 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

En la siguiente tabla se resumen los datos de las actividades formativas anteriormente descritas realizadas en 2022, 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.

RESUMEN DE ACTIVIDADES DE FORMACIÓN. AÑO 2022		
	N.º acciones formativas	N.º participantes
Programa de formación en consumo	2228	38.014
Sesiones para mayores sobre Banca digital	42	590
Jornadas en colaboración con Colegio Notarial de Madrid	2	140
Formación empleados/as del Ayuntamiento de Madrid	11	280
TOTAL	2283	39.024

Comparativamente con el ejercicio anterior, no solo se incrementa el número total de acciones formativas, 2283 frente a las 2017 del año anterior, sino que el número de personas que han atendido a la formación ha pasado de 27.277 en el año anterior a 39.024 en 2022, lo que supone un gran aumento del alcance de la formación desplegada, muy particularmente sobre colectivos como el de las personas mayores.

Línea de acción III

Códigos de buenas prácticas para los sectores empresariales

Mediante 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 y avanzar en un comercio de calidad que ofrece plena garantía a las personas consumidoras.

Los Códigos de Buenas Prácticas en materia de consumo (CBP) son documentos en los que, además de hacer una recopilación de la normativa aplicable al sector de actividad económica a la que va destinado cada código, se pretende ir un paso más allá, estableciendo una serie de 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.

Una vez desarrollado un CBP, se busca la adhesión voluntaria de los establecimientos comerciales, que una vez adheridos pueden exhibir el símbolo “Buenas Prácticas”, como garantía del compromiso adquirido con su clientela. Cada uno de estos CBP lleva asociado un protocolo de autocontrol específico del sector

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 2022

- ✓ 19 códigos sectoriales aprobados
- ✓ 2 códigos actualizados
- ✓ 1 cartel actualizado
- ✓ 293 expedientes de adhesión de empresas tramitados
- ✓ 1782 empresas adheridas

Revisión y actualización de Códigos de Buenas Prácticas aprobados

Durante el año 2022 se han producido cambios relevantes en la legislación nacional sobre consumo y también en la legislación sectorial con incidencia en el contenido de los CBP editados por el IMC. Dentro del programa de revisión y actualización de CBP existentes, que ha de mantenerse de forma ineludible ante estos frecuentes cambios normativos, se han actualizado este año dos códigos y se han elaborado tres adendas complementarias de aplicación a los mismos.

Todo ello conforme a lo establecido en la Ordenanza de Consumo de la Ciudad de Madrid, de 30 de marzo de 2011, en virtud de la cual 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 2022 se ha procedido a la actualización del contenido de los CBP correspondientes a los sectores de:

- Tintorerías y lavanderías
- Comercio de electrodomésticos y aparatos de uso doméstico.

Una vez revisado completamente su contenido y realizada la nueva maquetación de los dos documentos ya actualizados, 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. Adicionalmente, se han producido 300 ejemplares impresos de cada uno de los CBP de los sectores anteriormente mencionados.

Además, se ha actualizado el cartel del sector de Tintorerías y lavanderías (300 ejemplares).

Como material de apoyo, y de forma complementaria, se han revisado y normalizado los protocolos de autocontrol correspondientes a los sectores de tintorerías y lavanderías y del comercio de electrodomésticos de los cuales se ha realizado su versión impresa (300 ejemplares de cada sector).

Por otra parte, se ha elaborado 1 nueva adenda complementaria para la actualización del contenido CBP en el sector textil.

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

Con el fin de promover la implantación de CBP en 2022, se han realizado las actuaciones siguientes:

- En primer lugar, durante todo el año 2022, se ha venido reforzando la campaña de comunicación directa a nivel empresarial para promover la adhesión de las empresas, dando continuidad a la acción emprendida en noviembre de 2021, incorporando nuevos establecimientos e incrementándose con ello el censo de empresas adheridas a los distintos CBP sectoriales en nuestra ciudad.

- En segundo lugar, los CBP han formado parte del conjunto de acciones destinadas a divulgación general en formato audiovisual de contenidos de consumo. En concreto, dentro de los videos cortos o píldoras informativas producidas por el IMC en 2022, se ha destinado un video a explicar qué es un CBP, su contenido y las ventajas de la adhesión de las empresas, además de dar a conocer a las personas consumidoras lo que significa la exhibición del distintivo "Buenas Prácticas" por parte de un establecimiento comercial. La difusión de este video se realizará a través de la página web corporativa y de las redes sociales del IMC.

- Finalmente, en cuanto a material impreso, el folleto existente dedicado a la promoción de los CBP se ha distribuido en el desarrollo de las campañas de información desarrolladas, más concretamente como material de apoyo a las visitas realizadas a establecimientos comerciales como parte del programa anual de formación en materia de consumo, todo ello con objeto de promover las adhesiones, mediante la integración de los CBP en la acción divulgativa desplegada en otras iniciativas emprendidas por el IMC.

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.

Durante el año 2022 se han tramitado un total de 293 expedientes de adhesión a CBP, correspondientes a 187 nuevas adhesiones, 36 renovaciones, 44 retiradas de símbolo, 20 requerimientos y 6 desistimientos.

La siguiente tabla hace referencia a la distribución por sectores de las nuevas empresas que se han adherido a CBP en el ejercicio 2022.

DISTRIBUCIÓN POR SECTORES NUEVOS ADHERIDOS EN 2022		
Sector	N.º Adheridos	Porcentaje
Sector del Comercio de Textil	55	29,41%
Sector de Detallistas de la Carne	43	22,99%
Sector de Talleres de Reparación de Automóviles	31	16,58%
Sector de Restauración y Ocio Nocturno	19	10,16%
Sector del Comercio de Calzado	18	9,63%
Sector de Aves, Huevos y Caza	9	4,81%
Sector del Comercio de Artículos de Deporte	4	2,14%
Sector del Comercio de Muebles	3	1,60%
Sector del Comercio de Juguetes	2	1,07%
Sector de Autoescuelas	2	1,07%
Sector del Comercio de Droguería, Perfumería y Cosmética	1	0,53%
TOTAL	187	100,00%

El año 2022 se ha cerrado con 1782 adheridos, cifra que se obtiene al descontar del número de empresas adheridas a los CBP al finalizar el año anterior (1639), las 44 bajas por retirada de símbolo y añadir las 187 nuevas resoluciones de adhesión tramitadas en este ejercicio.

De este modo, y como resultado de las medidas de promoción anteriormente citadas, y como balance final, el número de empresas adheridas en 2022 se había incrementado un 8,02% con respecto a las existentes el año anterior. A continuación, se desglosa el número total de empresas adheridas a finales de 2022, distribuidas por sectores.

DISTRIBUCIÓN POR SECTORES		
Sector	N.º adheridos	Porcentaje
Sector del Comercio de Textil	368	20,65%
Sector de Talleres de Reparación de Automóviles	324	18,18%
Sector de Restauración y Ocio Nocturno	272	15,26%
Sector del Comercio de Calzado	164	9,20%
Sector de Reparación de electrodomésticos	110	6,17%
Sector de Detallistas de la carne	97	5,44%
Sector de Autoescuelas	91	5,11%

DISTRIBUCIÓN POR SECTORES		
Sector	N.º adheridos	Porcentaje
Sector de Tintorerías y lavanderías	74	4,15%
Sector del Comercio de Droguería, Perfumería y Cosmética	54	3,03%
Sector de Electrodomésticos	38	2,13%
Sector del Comercio de Juguetes	38	2,13%
Sector de Estaciones de Servicio	26	1,46%
Sector de Aves, Huevos y Caza	24	1,35%
Sector del Comercio de Artículos de Deporte	23	1,29%
Sector de Hoteles	23	1,29%
Sector del Comercio de Muebles	23	1,29%
Sector de Cerrajería	13	0,73%
Sector de Hostales	10	0,56%
Sector de Mudanzas y guardamuebles	10	0,56%
TOTAL	1782	100,00%

Aplicación informática en Código de Buenas Prácticas

Con el fin de agilizar la tramitación de expedientes de adhesión a los CBP y la automatización y sistematización del procedimiento se ha propuesto integrar en la plataforma informática SIGSA el procedimiento de adhesión a los CBP empresariales. En 2022 ha sido aceptada dentro de la cartera de proyectos del organismo Informática del Ayuntamiento de Madrid (IAM) y se espera el comienzo del trabajo técnico de desarrollo de este proyecto a inicios del próximo año.

Línea de acción IV

Investigación y control del mercado

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 en materia de protección de los derechos de las personas consumidoras.

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, tienen como fin prevenir, detectar y corregir, en su caso, los posibles incumplimientos de lo establecido en la normativa general o específica de los diversos sectores económicos.

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 económicos y sociales 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, para realizar propuestas de actuación o recomendaciones destinadas a las personas consumidoras.

La Oficina de Investigación de Consumo ha elaborado durante 2022 dos informes, referidos al análisis del Reglamento (UE) 2019/1020 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 20 de junio de 2019, sobre vigilancia del mercado y conformidad de los productos, y al proyecto de modificación de la Ordenanza reguladora del taxi.

4.2 Actividades de inspección

La inspección de consumo en cifras en 2022:

- ✓ N.º campañas de inspección: 14
- ✓ N.º inspecciones en campaña: 10.372
- ✓ N.º de actuaciones fuera de campaña: 344
- ✓ Total, inspecciones en campaña y fuera de campaña: 10.716
- ✓ N.º productos controlados: 5517
- ✓ N.º de actas levantadas en total en actuaciones de campaña y fuera de campaña: 3162

La actividad inspectora realizada por el IMC y por los distritos está enfocada a la detección de los posibles incumplimientos por parte de los establecimientos comerciales y prestadores de servicios, informándoles la inspección de consumo de las infracciones detectadas a fin de que sean corregidos y cumplan con la normativa reguladora de la actividad que desarrollan.

Para la consecución de estos objetivos se realizan campañas de control, se dirigen actuaciones comprobatorias respecto a las denuncias y reclamaciones interpuestas por las personas consumidoras, se coordinan y actúa en materia de seguridad de los productos y se toman muestras de productos enviándolos al laboratorio correspondiente para que dictamine sobre su adecuación a la normativa de aplicación. En la siguiente tabla se resumen los datos de las campañas inspectoras realizadas en 2022.

DATOS POR CAMPAÑA DE INSPECCIÓN. AÑO 2022			
Campañas	Inspecciones realizadas	Productos controlados	N.º de Actas
REALIZADAS POR SERVICIO DE INSPECCIÓN DE CONSUMO + DISTRITOS MUNICIPALES			
Toma de muestras	72	72	72
Seguridad de los productos (Red de Alerta)	2260	0	349
Bazares (Productos eléctricos y juguetes)	195	531	67
Control general de establecimientos	2820	2309	1145
Promoción de ventas	1549	0	N/A
Venta por Internet	166	0	78
SUBTOTAL	7062	2912	1711
REALIZADAS POR SERVICIO DE INSPECCIÓN DE CONSUMO (IMC)			
Alquiler de efectos personales	4	0	1
Artículos de Bricolaje	67	407	18
Librerías	222	0	76
Tiendas en museos	16	105	7
Artículos de Ferretería	142	1087	68
SUBTOTAL	451	1599	170
REALIZADAS POR DISTRITOS MUNICIPALES			
Control general de venta ambulante y mercadillos	724	885	201
Autoescuelas	210	0	96
Control de consumo en establecimientos de alimentación	1925	0	891
SUBTOTAL	2859	885	1188
TOTAL, CAMPAÑAS	10.372	5396	3069

DATOS POR CAMPAÑA DE INSPECCIÓN. AÑO 2022			
Campañas	Inspecciones realizadas	Productos controlados	N.º de Actas
OTRAS ACTUACIONES			
Actuaciones de oficio y no programadas	344	121	93
TOTAL, OTRAS ACTUACIONES	**344**	**121**	**93**

(*) 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.

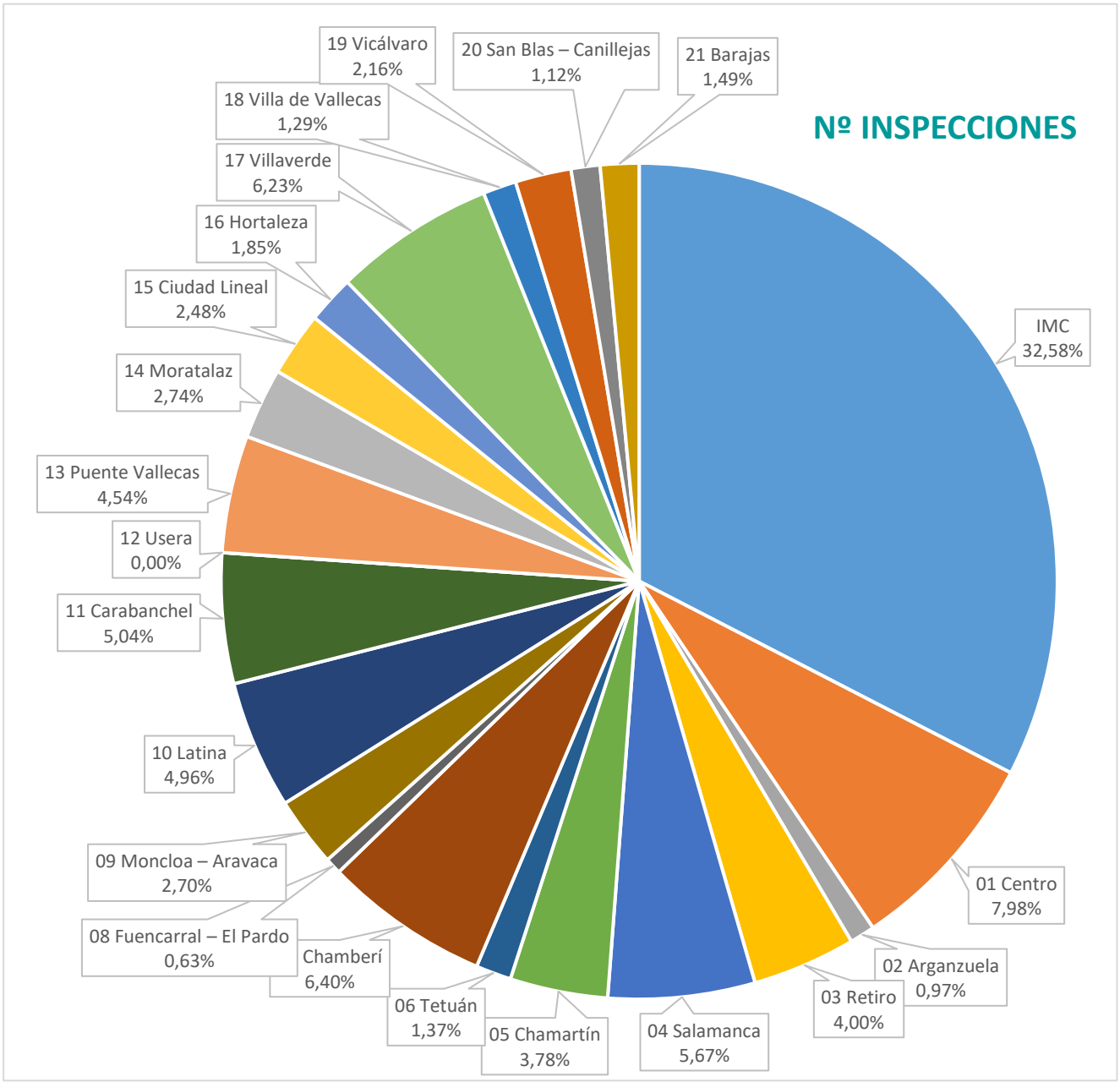
Estableciendo una comparación con el anterior ejercicio puede concluirse que se ha producido un refuerzo de la actividad inspectora, habiendo realizado dos campañas de oficio más que el ejercicio inmediatamente anterior. El número de inspecciones realizadas entre campañas programadas y actuaciones no programadas ascendió a 10.716, frente a las 9.998 de 2021, lo que supone un incremento interanual del 7,24%. Sin embargo, el número de productos controlados es algo inferior (5.517 frente a los 6.010 del año anterior). En cuanto al número de actas levantadas se ha producido un aumento considerable, que se cifra en un 28,38% (3.162 en 2022, frente a las 2.463 de 2021).

Distribución de la acción inspectora entre los servicios del IMC y los distritos

Los datos de la siguiente tabla y gráfico posterior indican la distribución de la acción inspectora realizada por el servicio de inspección adscrito al IMC y por los distintos servicios de consumo de los distritos:

AÑO 2022	N.º inspecciones	N.º Productos controlados
IMC	3.491	2.605
01 Centro	855	717
02 Arganzuela	104	-
03 Retiro	429	-
04 Salamanca	608	239
05 Chamartín	405	328
06 Tetuán	147	0
07 Chamberí	686	19
08 Fuencarral – El Pardo	68	2
09 Moncloa – Aravaca	289	35
10 Latina	532	368
11 Carabanchel	540	282
12 Usera	-	-
13 Puente Vallecas	486	32
14 Moratalaz	294	216

AÑO 2022	N.º inspecciones	N.º Productos controlados
15 CIUDAD LINEAL	266	147
16 HORTALEZA	198	137
17 VILLAVERDE	668	189
18 VILLA DE VALLECAS	138	76
19 VICÁLVARO	232	9
20 SAN BLAS – CANILLEJAS	120	44
21 BARAJAS	160	72
TOTAL	10.716	5.517



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 ha registrado en 2022 la entrada de un total de 574 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 ha concluido con:

- 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 en caso de disponer de prueba acreditativa.
- Elaboración de informes motivados en los que se ha apreciado similar responsabilidad administrativa, pero en los que el Ayuntamiento de Madrid, conforme a la normativa vigente, ha procedido a inhibir actuaciones y dar traslado de los respectivos 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.
- Denuncia a la Agencia Española de Protección de Datos en relación con el envío de comunicaciones comerciales con finalidades extracontractuales sin ofrecer al consumidor la posibilidad de oponerse expresamente.
- Traslado de reclamaciones o denuncias de personas consumidoras a los órganos considerados competentes debido a su respectivo objeto, en particular las Direcciones Generales de Turismo y de Inspección y Ordenación Sanitaria de la Comunidad de Madrid.

La actuación inspectora realizada durante 2022 por la Oficina de Investigación de Consumo ha permitido identificar responsabilidad administrativa por presuntos incumplimientos de la normativa de protección de consumidores, principalmente en los siguientes sectores: suministros de energía eléctrica y gas, crédito al consumo, espectáculos públicos y actividades recreativas, comercio electrónico, enseñanzas no regladas y mantenimiento de instalaciones de gas.

Las actuaciones de control e inspección derivadas de la tramitación de denuncias y reclamaciones alcanzan tanto a personas jurídicas como a empresarios/as individuales que comercializan bienes y servicios destinados a personas consumidoras. Ahora bien, puesto que dichos empresarios autónomos no están legalmente obligados a relacionarse con las Administraciones Públicas a través de medios electrónicos, a lo largo de 2022 se ha implementado por vez primera en la inspección realizada por la OIC la vía de inserción en el Tablón Edictal Único de los anuncios de requerimientos cuya notificación por vía postal había resultado inviable respecto de destinatarios que tampoco habían autorizado expresamente ser notificados por vía electrónica.

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. La actividad inspectora ha concluido también con imputación de responsabilidad por obstrucción en un número relevante de requerimientos a entidades de crédito que habían suscrito contratos de crédito al consumo vinculados a tratamientos odontológicos que no llegaron a completarse.

Se han identificado prácticas desleales de carácter engañoso consistentes en contactar telefónicamente de modo personalizado con personas consumidoras para ofrecerles atractivos descuentos en sus facturas de electricidad y de gas, llamadas en las que el interlocutor se hacía pasar por empleado de la comercializadora con la que el consumidor tenía contratado sus suministros. Dicho engaño quedaba reforzado por la circunstancia de que quien realizaba la llamada disponía ya de todos los datos que permitían realizar una nueva contratación, lo cual generaba confianza en el consumidor, quien desconocía que se estaba produciendo el cambio de comercializadora. En sus respuestas a la inspección realizada, las mercantiles que habían incurrido presuntamente en estas prácticas no han aportado en ningún caso la grabación de la llamada que habría permitido determinar la veracidad de lo denunciado por los perjudicados, especialmente, en lo referido a la falta de consentimiento contractual.

Como consecuencia de la modificación operada en el texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios por el Real Decreto-ley 24/2021, de 2 de noviembre, a partir del 28/05/2022 se ha reducido el plazo de prescripción de las infracciones en materia de consumo calificadas como leves. Ello ha determinado que no haya podido hacerse efectiva la exigencia de responsabilidad administrativa acreditada en fase de inspección, respecto de aquellos casos en que hubiese transcurrido un año desde la comisión de la infracción.

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 2022, que suponen un incremento con respecto al año anterior en todos los parámetros. Así, por ejemplo, aumentan las inspecciones totales (2260 frente a las 1898 de 2021 siendo también destacable el que se ha producido en el número de alertas controladas y localizadas.

Actuaciones Red de Alerta. Año 2022	
Actuaciones totales	2260
Actas levantadas	349
Número de artículos retirados	1731
Número de alertas controladas	683
Número de alertas localizadas	149

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 2022 ha sido de 106 y la cuantía de las multas impuestas ascendió a 375.805 euros. Estas cifras han aumentado respecto al año anterior en más de un 30,00% en el inicio de los expedientes sancionadores y de un 40,00% en el importe de las multas impuestas.

Así mismo se resolvieron 26 recursos potestativos de reposición ante sanciones impuestas, siendo desestimados el 96,20% de ellos. En lo referente a las demandas interpuestas por las mercantiles sancionadas, los juzgados de lo contencioso-administrativo dieron la razón en

sus sentencias a favor del Ayuntamiento de Madrid, indicando que las sanciones eran ajustadas a derecho en el 85,00% de los casos.

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 reuniones técnicas, en materia de inspección y control del mercado con asociaciones empresariales, entidades y organismos públicos.

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 2021, dado el interés mutuo se ambas partes, se suscribió un nuevo convenio con un periodo de vigencia de cuatro años.

A escala europea se promueve la implantación de sistemas de autorregulación como vía complementaria de la administrativa y teniendo en cuenta que desde 1996, la Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial –AUTOCONTROL-, es la que se encarga de gestionar el sistema de autorregulación publicitaria en España, se conviene la mutua colaboración para llevar a cabo un eficaz control de la publicidad en la ciudad de Madrid.

En el año 2022, AUTOCONTROL ha informado a nuestros servicios sobre diversa publicidad que no es correcta y ha sido emitida por empresas reclamadas, que han rechazado su participación en el procedimiento y 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.

Línea de acción V

Divulgación y comunicación sobre consumo

La divulgación general en materia de consumo es otra de las grandes líneas de actuación desplegadas por el IMC. Se lleva a cabo a través de distintas vías que van desde la información directa en zonas comerciales, con la distribución de material divulgativo impreso, a los medios de difusión digitales a través de los contenidos de consumo de la página web corporativa o en las redes sociales del IMC.

En 2022, se ha llevado a cabo la impresión de algunas guías y folletos, así como la elaboración de adendas de actualización, cuando ha sido necesario, para incorporar cambios recientes en la normativa general o sectorial sobre consumo, aunque, en líneas generales, continua la evolución hacia una mayor proporción de contenidos digitales, particularmente en formato video. Si bien el año anterior los videos estuvieron destinados a la educación financiera, en este se ha iniciado la producción de nuevos materiales sobre diversas temáticas de consumo y sobre la difusión de los servicios que presta el Ayuntamiento de Madrid a las personas consumidoras.

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, a través de documentos temporales específicos y de los espacios de información sectorial. Adicionalmente, se han realizado numerosas actualizaciones de otros contenidos web de interés para el sector empresarial como protocolos y resultados de campañas de inspección y códigos de buenas prácticas sectoriales.

Ampliar y mantener actualizada la página web propia del Área de Gobierno de Economía, Innovación y Empleo www.economia.madrid.es, ha sido otra de las tareas de continuidad, estableciendo los enlaces adecuados para mantener la información en ella reflejada, destacando a través del banner de su portada y del espacio “actualidad de consumo” las publicaciones y eventos más relevantes.

Toda esta labor se complementa con las publicaciones en las redes sociales propias, a las habiendo incorporado dos nuevas redes a finales de 2022 (YouTube y Facebook), a las ya existentes en Twitter e Instagram.

A lo largo de todo el año se han ido exhibiendo distintas campañas informativas en mobiliario urbano y otros soportes, con objeto de dar a conocer novedades importantes en materia de consumo, promover el consumo sostenible y el Comercio Justo o facilitar información sobre los servicios que se prestan a las personas consumidoras, cuestiones que

han ido acompañadas con la realización de eventos de consumo, notas de prensa y publicaciones en el blog municipal.

5.1 Campañas de información directa

Mediante estas campañas de comunicación directa, se acerca la información sobre consumo a los lugares donde las personas consumidoras realizan sus compras, para promover un mejor conocimiento de sus derechos y el ejercicio de un consumo responsable e informado.

Se ponen en práctica en colaboración con asociaciones de consumidores integradas en el Consejo Municipal de Consumo y se instrumentan a través de los nuevos convenios bilaterales para el desarrollo de programas de información en espacio público. En enero de 2022 se suscribieron 6 de estos convenios entre el Ayuntamiento de Madrid y otras tantas asociaciones de consumidores, que han posibilitado la ejecución de los dos programas que se describen a continuación.

Programa de información en ejes comerciales

Este programa consiste en la instalación de puntos informativos en determinados ejes comerciales de la ciudad de Madrid, en los que se atienden consultas de las personas que lo solicitan y se reparten folletos y guías editados por el IMC sobre temáticas seleccionadas, de interés en materia de consumo.

En 2022, se instalaron 6 puntos informativos, cada uno de ellos atendidos por una asociación de las firmantes de los convenios, situados en ejes comerciales de los distritos de Centro, Retiro, Salamanca y Tetuán, junto a otros puntos situados en 2 mercados municipales de los barrios de San Diego (Puente de Vallecas) y Barrio de la Concepción (Ciudad Lineal).

En total, este programa comporta 4 días por asociación, uno coincidiendo con el Día Mundial de los Derechos del Consumidor, 15 de marzo, y los otros tres, en los meses de junio y julio, durante el periodo más frecuente de rebajas. En concreto este año uno de esos puntos, atendido por técnicos de la asociación de consumidores AACCU, se instaló en el distrito Centro durante las fechas de celebración del Día del Orgullo en Madrid.

Con todo ello, se han dedicado a la ejecución de este programa un total de 20 horas de información sobre consumo en ejes comerciales por asociación, es decir, 120 horas en el conjunto del programa.

Programa de información en mercadillos

Dentro de este marco de colaboración con las asociaciones de consumidores, en 2022 se instalaron puntos informativos en 12 mercadillos municipales, repartidos por 10 distritos, con el objetivo de ofrecer información básica sobre consumo a los asistentes. Los

mercadillos se seleccionaron en coordinación con la Dirección General de Comercio y Hostelería.

RELACIÓN DE MERCADILLOS EN LOS QUE SE DESARROLLÓ EL PROGRAMA EN 2022	
Distrito	Mercadillo
Centro	Parque de la Cornisa
Fuencarral-El Pardo	Santa Ana
Puente de Vallecas	Fontarrón
	Aragoneses
Ciudad Lineal	Santa Genoveva
	Gandhi
Hortaleza	Alcorisa-C/ San Silvano
Carabanchel	De las cruces
Villa de Vallecas	Sierra Gorda
Vicálvaro	San Cipriano
San Blas-Canillejas	Arcos del Jalón
Villaverde	Ciudad de los Ángeles

Cada una de las seis asociaciones de consumidores participantes ha asumido las tareas de información en 2 de los mercadillos que se indican en la tabla anterior, dedicando 4 jornadas informativas de 5 horas de duración por mercadillo. De este modo, el número de horas totales de información facilitadas a los consumidores a través de este programa fue de 40 horas por asociación, lo que supone un total de 240 horas en el conjunto del programa.

5.2 Elaboración de material divulgativo

Guías, folletos, recomendaciones

La edición digital o en forma impresa de este tipo de materiales es fundamental para la divulgación en materia de consumo y sirve como elemento informativo para los/as ciudadanos/as que acuden a las oficinas de OMIC, así como de como apoyo a los programas de información en espacio público o para los puntos informativos que se instalan en centros de mayores y en algunos eventos o actos públicos.

Cada año se va seleccionando entre las publicaciones un conjunto de materiales divulgativos que precisan actualización en función de los cambios normativos producidos y en previsión de la distribución que vaya a hacerse en formato impreso. En el año 2022 no se han producido nuevos contenidos en forma de folletos ya que se han canalizado todos los nuevos contenidos a través del formato video. Sin embargo, ha sido necesaria la generación

de algunas adendas a materiales previamente existentes como consecuencia de determinadas modificaciones legislativas.

La primera de estas adendas ha sido necesaria para sustituir el contenido de la guía "Los Mayores y el Consumo" en el apartado de electricidad y, más concretamente lo referido al Bono Social, ante la necesidad originada por los diversos cambios regulatorios acaecidos para la aplicación de medidas urgentes. De esta guía, junto con su adenda se imprimieron para su distribución 15.100 ejemplares.

En cuanto a los contenidos, con formato propio del tipo "avisos y recomendaciones" y debido a los sucesivos cambios en la regulación del sector eléctrico se ha procedido a las actualizaciones correspondientes del denominado "Estrategias para ahorrar en la factura de la electricidad". El otro contenido de este tipo actualizado es el denominado "Garantía comercial de algunos bienes" ante la modificación que entró en vigor sobre el régimen de garantías en 2022.

En lo que respecta a la reimpresión de folletos, en 2022, se han imprimido 15.100 ejemplares del folleto a la OMIC, 10.100 del díptico "10 claves para conocer tus derechos sobre consumo y 5.100 ejemplares del tríptico dedicado a la difusión del SAC.

Videos divulgativos

Durante el año 2022 se ha iniciado una campaña de divulgación y comunicación que se ha traducido en la elaboración de 26 nuevos videos de corta duración, a modo de píldoras informativas con información general o sectorial de consumo, así como sobre los servicios que el Ayuntamiento de Madrid presta a la ciudadanía en este ámbito. Forman parte de todo un conjunto que se completará en el próximo ejercicio. El listado de las temáticas elaboradas se indica en la tabla siguiente. El conjunto de todos ellos supone la

producción de un total de 79,67 minutos de video. A partir de octubre de 2022 comenzó su presentación difusión y publicación paulatina a través de la página web corporativa www.madrid.es/consumo y también en la específica del Área de Gobierno de Economía, Innovación y Empleo, además de en las nuevas redes sociales del IMC.

NUEVOS VIDEOS DIVULGATIVOS ELABORADOS EN 2022	
El Instituto Municipal de Consumo	Suministro de electricidad
La OMIC	Suministro de gas
Arbitraje	Suministro telefonía
Inspección	Hojas de reclamaciones
Códigos de Buenas Prácticas	Bono social: electricidad
10 Claves para conocer tus derechos sobre consumo	Derecho de reembolso
Seguridad de los productos	Clínicas dentales
Créditos al consumo	Garantías, servicios postventa
Casos arbitraje tintorería	Hipotecas
Casos arbitraje taller	Compraventa de entradas online
Contratación electrónica	Principales fraudes en la contratación digital (phishing…)
Black Friday	Rebajas
Suministro agua	Seguridad de los juguetes

Carteles para campañas en mobiliario urbano

Para la promoción del Comercio Justo se realizaron dos campañas en 2022. La primera de ellas, con ocasión de la celebración del Día Mundial de Comercio Justo se llevó a cabo del 9 al 15 de mayo. En ella se expusieron 220 carteles en marquesinas de autobuses con el lema “Cómpranos y ayuda a mantener el equilibrio”, según el diseño efectuado el año anterior. Con este mismo lema, para conmemorar el “mes Fairtrade”, se exhibió de nuevo la campaña en dos circuitos de marquesinas de autobuses, del 3 al 9 de octubre, con la producción de nuevos carteles.

La campaña del Día Mundial de los derechos del Consumidor en 2022 se centró en la promoción del arbitraje de consumo. Se exhibió en marquesinas de autobuses del 28 de febrero al 20 de marzo. Los 220 carteles impresos bajo el lema "Donde ves el conflicto, nosotros una solución", reforzaban el mensaje difundido en el año anterior, destacando la capacidad de este sistema para la resolución eficaz de controversias en materia de consumo.

Adicionalmente, en 2022, se desarrolló una nueva creatividad para el fomento del Sistema Arbitral de Consumo, que se exhibió por primera vez del 5 al 18 de diciembre en un circuito de marquesinas de autobuses, en este caso bajo el lema "Madrid resuelve", para la que se imprimieron 110 carteles.

Ante la entrada en vigor al inicio de 2022 del nuevo régimen de garantía de los productos, se exhibió el diseño de una campaña diseñada a finales del año anterior, que bajo el lema "Tus productos cumplen años" pudo verse en 2 circuitos de marquesinas entre el 14 y el 20 de febrero de 2022, con objeto de dar a conocer esta importante novedad para las personas consumidoras y el sector empresarial. Para ello se produjeron los carteles correspondientes. Adicionalmente se hizo difusión a través de la web y de redes sociales.

En 2022 se desarrollaron creatividades para dos nuevas campañas, que abarcaron tanto la producción de carteles para marquesinas de autobuses y de banderolas.

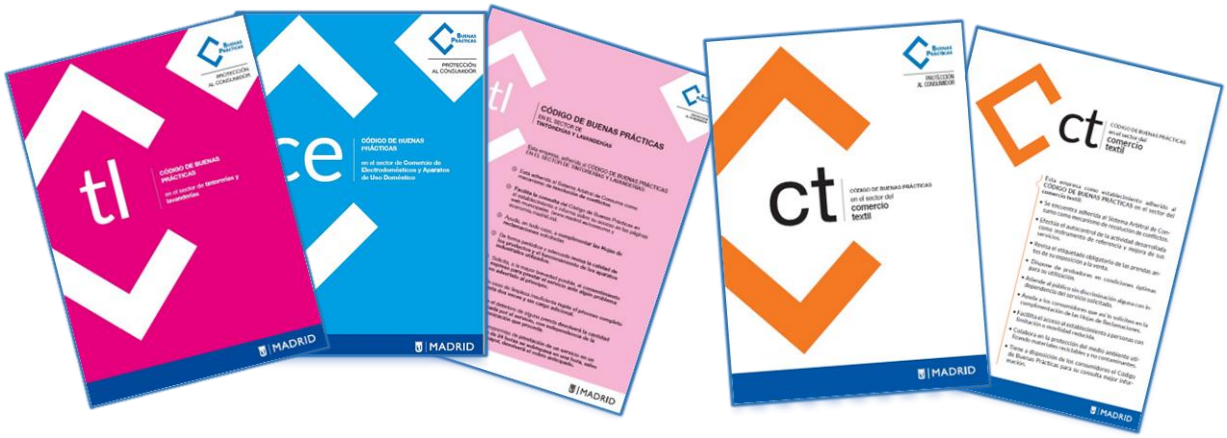
La primera de ellas estuvo dedicada a la OMIC y se exhibió entre el 18 de abril y el 1 de mayo y para ella se produjeron 220 carteles y 338 banderolas.

La segunda se dedicó a difundir la información sobre educación financiera de los consumidores, al encontrarse publicados todos los videos informativos realizados en 2021 sobre esta materia. Se imprimieron 220 carteles y 169 banderolas para la campaña que se exhibió entre el 13 y el 19 de junio.

Códigos de Buenas Prácticas y material de apoyo

Durante 2022 se imprimieron los dos CBP que han sido objeto de revisión y actualización normativa correspondientes a los sectores de tintorerías y lavanderías (300 ejemplares) y del sector de comercio de electrodomésticos y aparatos de uso doméstico (300 ejemplares)

y sus correspondientes protocolos de autocontrol (300 ejemplares de cada uno de los sectores.



También se ha realizado la impresión de carteles para la difusión de la adhesión a los CBP en el sector de tintorerías y lavanderías (300 ejemplares). Además, se reimprimieron 350 ejemplares del CBP del sector textil diseñado anteriormente y su correspondiente cartel (300 ejemplares) y otros 300 ejemplares del CBP del comercio de droguería, perfumería y cosmética.

RELACIÓN DE MATERIALES DIVULGATIVOS 2022		
Material	Tipo	Acción
Guía Las personas mayores y el consumo	Guía	Adenda actualización. Digital y edición de nuevos ejemplares impresos
10 claves para conocer tus derechos sobre consumo (actualización)	Díptico	Digital y edición nuevos ejemplares impresos
Oficina Municipal de Información al Consumidor	Guía	Digital y edición de nuevos ejemplares impresos
El Sistema Arbitral de Consumo	Tríptico	Digital y edición de nuevos ejemplares impresos
Estrategias para ahorrar en la factura de la electricidad	Avisos y recomendaciones	Digital (actualización)
Garantía comercial de algunos bienes	Avisos y recomendaciones	Digital (actualización)
26 videos divulgativos sobre consumo	video	Digital (elaboración)
Cartel campaña Día Mundial del Comercio Justo	Cartel	Impresión y exhibición

RELACIÓN DE MATERIALES DIVULGATIVOS 2022		
Material	Tipo	Acción
Cartel campaña de Comercio Justo mes Fairtrade	Cartel	Impresión y exhibición
Cartel campaña Sistema Arbitral de Consumo (1ª campaña)	Cartel	Impresión y exhibición
Cartel campaña Sistema Arbitral de Consumo (2ª campaña)	Cartel	Diseño, impresión y exhibición
Cartel campaña nueva garantía de los productos	Cartel	Impresión y exhibición
Cartel campaña difusión de la OMIC	Cartel y banderolas	Diseño, impresión y exhibición
Cartel campaña de educación financiera	Cartel y banderolas	Diseño, impresión y exhibición
CBP del sector "Tintorerías y lavanderías"	Código	Actualización (digital/impreso)
CBP del sector "Comercio de electrodomésticos y aparatos de uso doméstico"	Código	Actualización (digital/impreso)
Protocolos de autocontrol de CBP (2 sectores)	Formularios	Digital/Impreso
Cartel del CBP del sector de tintorerías y lavanderías	Cartel	Digital/impreso
Reimpresión cartel del CBP del sector textil	Cartel	Digital/Impreso
Reimpresión CBP del sector textil	Código	Digital/Impreso
Reimpresión del CBP del sector de droguería, perfumería y cosmética	Código	Digital/Impreso

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 lo que se refiere a los contenidos relativos a la información al consumidor, de manera continuada se han introducido actualizaciones sobre los 17 espacios de información sectorial, siendo los que han sido objeto de mayor y más frecuente modificación los dedicados a gas y electricidad.

Se han incorporado en la web varios promocionales sobre las actualizaciones normativas sobre suministros energéticos, en particular, en lo referido a la ampliación tanto de los supuestos como de los descuentos del bono social de electricidad, las reducciones de impuestos en las facturas, la aplicación del mecanismo de ajuste (tope del gas) para reducir el coste de la energía eléctrica, las actualizaciones de tarifas, los cambios normativos en la factura del gas y la creación de una nueva TUR para comunidades de vecinos con calefacción central. Toda esta información también se ha reflejado también a través en el portal *MadridEsEconomía*. Por otra parte, se ha incluido toda la información relativa a la Carta de Servicios de la OMIC.

En total, este proceso ha comportado 247 actualizaciones de la página web solo en lo que respecta a la OMIC, siendo este un indicador de dicha Carta de Servicios.

En los espacios dedicados al arbitraje de consumo y los códigos de buenas prácticas se ha continuado con la labor de actualización de los listados de empresas adheridas y de otros contenidos relacionados, como la publicación de los 2 códigos sectoriales actualizados, los correspondientes protocolos de autocontrol y 1 nueva adenda de actualización complementaria.

Del mismo modo en el espacio dedicado a Comercio Justo se ha revisado su contenido, incluyendo enlaces a otras webs de interés, actualizando el listado de establecimientos que ofertan este tipo de productos (establecimientos de venta y restauración), así como publicando buenas prácticas observadas en otras ciudades nacionales e internacionales.

En la información destinada a empresarios, se han incluido los protocolos de las todas las campañas de inspección programadas para el año 2022, así como los resultados de las evaluaciones de las efectuadas en el ejercicio inmediatamente anterior.

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 destacadas sobre temas de actualidad, modificaciones normativas, materiales divulgativos y noticias en fechas o eventos señalados. En 2022 se han publicado hasta 21 promocionales, algunos de ellos constituidos a su vez de varios contenidos y que han sufrido las actualizaciones necesarias a lo largo del año.

CONTENIDOS PROMOCIONALES DESTACADOS EN WEB 2022	
Garantía de los productos	Enero/22
Las rebajas	Enero/22

CONTENIDOS PROMOCIONALES DESTACADOS EN WEB 2022	
Nuevas medidas energéticas en suministros relativas a la aplicación del bono social y transparencia	Enero/22
Consulta pública previa modificación de la Ordenanza de Consumo	Febrero/22
Nuevas medidas energéticas (2 actualizaciones)	Marzo/22
Actualización del promocional nuevos folletos de consumo	Marzo/22
Día Mundial de los derechos del consumidor	Marzo/22
Espacio visita establecimientos comerciales plan de formación en materia de consumo (actualización)	Abril/22
Día Mundial del Comercio Justo 2022	Mayo/22
Sesiones en centros de mayores sobre acceso digital servicios bancarios	Mayo y Junio/22
Sesiones formativas en colaboración con el Colegio Notarial de Madrid (2 actualizaciones)	Junio/22
Campaña y videos sobre Educación financiera Junio 2022	Junio/22
Electricidad y bono social (nueva actualización)	Julio/22
Puntos informativos sobre consumo. Programa de formación	Septiembre/22
Nuevos videos divulgativos sobre consumo	Octubre/22
Comercio Justo. Mes Fairtrade (Showcooking y nueva ruta de CJ en la web de establecimientos comerciales “Todo está en Madrid”)	Octubre/22
Electricidad y bono social (actualización RD-ley 18/2022, de 18 de octubre)	Octubre/22
Black Friday	Noviembre/22
Comercio Justo, campaña de Navidad	Noviembre/22
Seguridad de los productos (juguetes y otros)	Diciembre/22

5.3 Página web corporativa "madrideseconomia"

Durante el ejercicio 2022 se ha mantenido una actividad constante de actualización de los contenidos de esta página, en particular sobre el espacio dedicado a "Actualidad en consumo", en el que se han ido publicando todos los promocionales anteriormente indicados. Los eventos y publicaciones más destacadas se han incorporado en las fechas convenientes como "banner" en la página de inicio.

Adicionalmente los restantes apartados referidos a: información a las personas consumidoras, información para empresas, inspección de consumo, arbitraje de consumo, Comercio Justo y divulgación se han actualizado automáticamente a través de los enlaces existentes con los contenidos de consumo de la página web corporativa del Ayuntamiento de Madrid.

5.4 Redes sociales del Instituto Municipal de Consumo

Las dos redes propias del IMC, en Twitter e Instagram respectivamente (#consumomadrid), son un medio rápido y eficaz para desarrollar las competencias de protección de los derechos de las personas consumidoras por su valor divulgativo. En ellas se 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 278 publicaciones durante el ejercicio 2022, lo que supone casi duplicar los contenidos del año inmediatamente anterior (155 publicaciones).

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 2022, un total de 562 publicaciones, lo que también supone prácticamente duplicar las del año anterior (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:

Por otra parte, desde diciembre de 2022, se ha puesto en funcionamiento el canal de YouTube del Instituto Municipal de Consumo, así como la página de Facebook (https://facebook/consumomad).

5.5 Campañas, actos y eventos de comunicación sobre consumo

Campañas

En el ejercicio 2022 se han realizado las siguientes campañas de comunicación:

Las rebajas En esta primera campaña del año iniciada a comienzos de enero se difundieron a través de la web y de las redes sociales los derechos del consumidor en rebajas y promociones de ventas, apoyadas en un folleto divulgativo actualizado el año anterior.

Difusión del nuevo régimen de plazos aplicable a la garantía de los bienes de consumo. Esta campaña se exhibió en el mes de febrero en marquesinas de autobuses y se complementó con un promocional en web y contenidos en redes sociales, con objeto de dar difusión general de los nuevos plazos establecidos para la garantía legal de los productos que entró en vigor el 1 de enero de 2022.

Nuevas medidas en suministro energético, bono social y transparencia (web y redes sociales) Esta campaña, con contenidos fundamentalmente sobre los suministros de gas y electricidad, que tiene por objeto difundir medidas de protección a consumidores vulnerables, se ha mantenido durante todo el año a través de la web y las redes sociales para dar respuesta a los diversos cambios normativos que se han producido a través de diversos decretos-ley de medidas urgentes. Ha sido objeto de distintas revisiones a lo largo del año con objeto de dar una información permanentemente actualizada de la situación.

Día Mundial de los derechos del Consumidor. La campaña estuvo dedicada en marzo pasado al fomento del Sistema Arbitral de Consumo para dar a conocer este sistema extrajudicial de resolución de conflictos, su símbolo identificativo y fomentar la adhesión de las empresas. A tal fin se exhibieron carteles en dos circuitos de marquesinas del 28 de febrero al 20 de marzo. La campaña se complementó con información en web y en redes sociales.

Difusión de los servicios de la Oficina Municipal de Información al Consumidor (OMIC). Para esta campaña se desarrolló una creatividad específica en 2022 y su difusión fue realizada en el mes de abril. Incluyó cartelería en marquesinas de autobuses y la exhibición de banderolas en algunas de las calles principales de la ciudad, además de piezas para web y redes sociales.

Día Mundial del Comercio Justo Con motivo de esta conmemoración, del 9 al 15 de mayo, se exhibieron carteles en 2 circuitos en marquesinas de autobuses con el lema “Cómpranos y ayuda a mantener el equilibrio”. De forma simultánea, se proyectaron imágenes con el mismo diseño y lema en mupis digitales y en las pantallas ubicadas en el Palacio de la Prensa, el cine Capitol y ECI, además de la organización de un evento institucional y la promoción a través de la web y de publicación de un grupo de contenidos en redes sociales.

Educación financiera Esta campaña con un nuevo diseño de creatividad, se exhibió en marquesinas de autobuses y banderolas durante el mes de junio y tenía por objeto difundir el extenso material divulgativo desarrollado el año anterior en formato video que ha estado disponible a lo largo de todo el año a través de la web, complementándose con publicaciones periódicas sobre esta materia en redes sociales.

Sesiones formativas sobre banca digital y educación financiera en centros municipales de mayores Para difundir y fomentar la asistencia al ciclo de 42 sesiones formativas desarrolladas en todos los distritos de Madrid se realizó una campaña en web y redes sociales y también en centros de mayores destinada a divulgar los contenidos y las fechas de celebración de las sesiones en los distintos centros.

Jornadas de asesoramiento notarial

En 2022 se inició una colaboración con el Colegio Notarial de Madrid para mejorar el conocimiento de las personas consumidoras, especialmente el colectivo de las personas mayores, sobre gestión de la economía personal y familiar, preservación del patrimonio en la vejez e instrumentos jurídicos de la autonomía personal. Esta colaboración se plasmó en la celebración de 2 jornadas, los días 13 y 26 de junio (véase línea de actuación II). Mediante una campaña de comunicación asociada se promovió la asistencia a las jornadas y la inscripción a través de internet, de la red AYRE y de las redes sociales de ambas entidades, publicándose posteriormente los contenidos completos de las sesiones grabadas.

Mes Fairtrade de Comercio Justo. Con ocasión de la celebración del mes Fairtrade, se realizó una campaña de comunicación en marquesinas de autobuses (del 3 al 9 de octubre) con el lema "Cómpranos y ayuda a mantener el equilibrio", que estuvo complementada con un acto institucional y una campaña de contenidos en redes sociales en distintas fechas del mes.

Nueva campaña de promoción del arbitraje de consumo. Tras el desarrollo de una nueva creatividad, en diciembre de 2022, se exhibieron los nuevos carteles en circuitos de marquesinas de autobuses, en web y en redes sociales. La campaña estuvo apoyada por la elaboración de 3 videos específicos sobre las características y administración del arbitraje de consumo y sobre casos prácticos resueltos a través de esta vía en la JAC del Ayuntamiento de Madrid.

Campaña de Navidad difusión del comercio Justo. Campaña realizada en web y en redes sociales para fomentar el consumo de productos de Comercio Justo en estas fechas, difundiendo los principios que rigen este tipo de comercio y su contribución a los Objetivos del Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas.

Black Friday. Esta campaña desarrollada también a través de web y redes sociales se presentó en un acto institucional, y ha estado apoyada por un video divulgativo para su difusión por medios digitales (redes sociales y web).

Campaña de seguridad de los productos. Otro de los videos divulgativos desarrollados en 2022 versa sobre la obligación de poner en el mercado productos seguros. En diciembre se presentó este video, haciendo especial énfasis en la seguridad de los juguetes y otros artículos navideños y realizándose difusión de su contenido a través de un acto institucional y de la web y las redes sociales.

Actos institucionales y prensa

La Dirección General del IMC ha organizado y/o participado a lo largo de 2022 en los siguientes actos institucionales y jornadas o seminarios:

- *Acto conmemorativo del Día Mundial de los Derechos del Consumidor.* Celebrado el 15 de marzo, estuvo fundamentado en la presentación de la extensa guía, que ha sido completamente revisada y actualizada, denominada "Los Mayores y el consumo". Tuvo lugar en el Centro de mayores La Estrella, Carmen Martín Gaite, del distrito de Retiro, en colaboración con el Área de Gobierno de Familias, Igualdad y Bienestar Social. Abierto al público en general, la guía fue presentada por el delegado del Área de Gobierno de Economía, Innovación y Empleo y el concejal del distrito.

- *Participación en la Jornada conmemorativa "20 años de Comercio Justo en Alcampo",* organizada por esta empresa en el marco de sus actividades de responsabilidad social corporativa, entre las que se incluye la venta y promoción de productos con el sello de Comercio Justo. La jornada tuvo lugar en sus instalaciones del Centro Comercial La Vaguada, el 27 de abril y contó con la intervención de la directora general del IMC, entre otros ponentes.

- *Acto institucional de difusión de las sesiones formativas sobre banca digital y educación financiera en centros municipales de mayores.* El acto, iba dirigido a los usuarios de los centros de mayores con objeto de informarles de las sesiones que se estaban desarrollando en todos los distritos de Madrid. Tuvo lugar en el Centro de Mayores Daroca, el 29 de abril y contó con la presentación de la Vicealcaldesa de Madrid y la asistencia del delegado del Área de Gobierno de Economía, Innovación y Empleo y del concejal del distrito de Vicálvaro.

- *Conmemoración del Día Mundial del Comercio Justo.* Para difundir los valores de este tipo de comercio, el IMC organizó el 13 de mayo un acto de carácter presencial que se desarrolló en la tienda OXFAM INTERMON de Madrid. En dicho acto, presentado por el delegado del Área de Gobierno de Economía, Innovación y Empleo, estuvieron representados el sector empresarial, las organizaciones de Comercio Justo y las asociaciones de consumidores.

- *Presentación de las jornadas de asesoramiento notarial 13 de junio*. Al inicio de la colaboración establecida con el Colegio Notarial de Madrid y coincidiendo con la primera de las sesiones formativas, el 13 de junio, (véase la línea de acción II), se celebró un acto institucional que contó con la presentación de los objetivos de este programa de 42 sesiones formativas por parte de la Vicealcaldesa de Madrid y el delegado del Área de Gobierno de Economía, Innovación y Empleo.

- *Presentación de la campaña de divulgación mediante la producción de videos cortos con información sobre consumo.* En este acto que tuvo lugar el 18 de octubre en la sala de prensa del Palacio de Cibeles, y estuvo presidido por el delegado del Área de Gobierno de Economía, Innovación y Empleo, se dio a conocer a los medios esta iniciativa presentando los 2 primeros videos elaborados, uno relativo a los servicios que presta el IMC y otro sobre 10 aspectos claves para conocer tus derechos como consumidor.

- *III Jornadas de accesibilidad. Madrid: donde todos tenemos sitio,* celebradas en el Centro Cultural Eduardo Úrculo, el 18 y 19 de octubre. Para exponer la colaboración del IMC en el desarrollo y ejecución del plan de accesibilidad municipal, la Subdirectora General de Consumo presentó en estas jornadas una ponencia relativa a la "Accesibilidad en los servicios de consumo", integrada dentro de la mesa "La accesibilidad como eje transversal en la acción municipal".

- *Acto de presentación de actividad formativa sobre consumo para personas con discapacidad*. Acto institucional, celebrado el 19 de octubre en el Centro de Educación Especial de "Los Álamos" con la intervención de la Vicealcaldesa de Madrid y del delegado del Área de Gobierno de Economía, Innovación y Empleo que visitaron la actividad formativa "supermercado itinerante", que se imparte para alumnos con discapacidad psíquica, dentro del Programa de formación en consumo 2022.

- *Conmemoración del mes Fairtrade*. Para celebrar esta conmemoración se organizó el 27 de octubre un taller de cocina (showcooking) en el Impact Hub de Madrid, con la elaboración en directo de varios platos a base de productos de Comercio Justo. Dicho acto, abierto al público en general, fue presentado por el delegado del Área de Gobierno de Economía, Innovación y Empleo y contó con la presencia de organizaciones de consumidores, empresariales y entidades de Comercio Justo.

- *Black Friday.* Acto dedicado a difundir los derechos del consumidor en la época en la que actualmente se producen las mayores ofertas y volúmenes de ventas. Se celebró el 22 de noviembre en la sala de prensa del Palacio de Cibeles. En él se proyectó y difundió a los medios de comunicación un video que recoge los principales aspectos a tener en cuenta en lo que se refiere a rebajas y promociones de ventas.

- *Apertura de la asamblea anual de la Plataforma Madera Justa*, celebrada el 1 de diciembre, en la C/ Escuadra 11, organizada por la Fundación Copade, con la que se mantiene un convenio de colaboración para impulsar las actividades de esta plataforma como promoción de un consumo responsable de estos productos y la difusión del sello "Madera Justa".

- *Acto sobre seguridad de los productos juguetes seguros.* Coincidiendo con la época del año donde se produce una venta mayor de juguetes, este acto celebrado en la sala de prensa del Palacio de Cibeles, el día 14 de diciembre, y presidido por el delegado del Área de Gobierno de Economía, Innovación y Empleo tuvo por objeto difundir, a través de un video nuevo sobre "Seguridad de los Juguetes", la campaña de control de seguridad de los productos, que se intensifica en estas fechas. El acto incluyó una exhibición y explicación de los defectos de algunos juguetes retirados del mercado.

- *Acto institucional de presentación del Código de Buenas Prácticas del sector de comercio de electrodomésticos y aparato de uso doméstico*, contó con la asistencia del presidente de la asociación firmante del acuerdo (ACEMA) y el delegado del Área de Gobierno de Economía, Innovación y Empleo, con objeto de dar visibilidad en el sector de la revisión y actualización de este CBP.

La actuación en materia de divulgación y comunicación ha dado lugar en 2022 a la publicación de 11 notas de prensa e inserciones en el blog del Ayuntamiento de Madrid, que han tenido repercusión en distintos medios de comunicación y que afectan a toda la actividad realizada en materia de consumo.

Línea de acción VI

Participación, colaboración y coordinación en consumo

En esta línea de acción se resume la actividad de participación a través de los distintos programas e instrumentos de colaboración establecidos con las asociaciones de consumidores y con las organizaciones empresariales para el ejercicio de las funciones dirigidas a la protección de los derechos de las personas consumidoras en los planos de información, formación y ejercicio del arbitraje de consumo. Se detalla también la actividad desarrollada en el seno del Consejo Municipal de Consumo, como órgano colegiado establecido para canalizar la participación sectorial en esta materia.

Otro de los aspectos tratados es la coordinación técnica con los distritos, imprescindible para lograr una economía de recursos y avanzar en una actuación homogénea en el conjunto de la ciudad, teniendo en cuenta que las competencias de la OMIC y la actividad inspectora se ejercen de manera compartida con los distritos.

La colaboración con la Comunidad de Madrid y otros servicios municipales para el mejor desarrollo de las competencias en materia de consumo, en el año 2022, tuvo fiel reflejo en los proyectos ejecutados descritos anteriormente en otras líneas de actuación y también en la participación del IMC en determinados proyectos cuya dirección corresponde a otras áreas de gobierno, así como en la inclusión de acciones específicas de consumo a desarrollar por el IMC integradas en distintas estrategias, planes o iniciativas municipales.

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 de fijar directrices y establecer criterios técnicos de actuación, a fin de que la acción inspectora y la atención a la ciudadanía 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. En este ámbito, en el ejercicio 2022, se realizaron las siguientes actuaciones:

↪ Actividad inspectora y de control del mercado

Se programó toda la actuación inspectora a desarrollar durante el 2022 por el IMC, incluyendo las campañas y protocolos de inspección, para lo que se mantuvo una reunión con los representantes de las unidades de los 21 distritos, con el objetivo de debatir aquellas actuaciones y materias que requerían una puesta en común en lo que respecta a dicha actividad.

Las Campañas programadas para desarrollar por los distritos en 2022 fueron 9, de las cuales no se pudo llevar a término la número 5 por motivos de coordinación con otras administraciones públicas, quedando programada su realización en el siguiente ejercicio, una vez solventadas las cuestiones pendientes:

1 Control general de establecimientos
2 Venta ambulante
3 Inspección y control de consumo en establecimientos de la alimentación.
4 Autoescuelas
5 Inspección y control de consumo en Inmobiliarias. Venta de segunda mano y alquiler
6 Seguridad de los productos y bazares
7 Promoción de ventas
8 Comercio electrónico
9 Navidad.

En la campaña de seguridad de los productos, participaron los distritos de Arganzuela, Vicálvaro, Centro, Chamartín, Chamberí y Usera.

En lo que se refiere a la coordinación de la acción inspectora, se han mantenido 3 reuniones con los representantes de las unidades de consumo y de la división de OMIC de los 21 distritos, incluyendo en el orden del día aquellas actuaciones y materias que requerían acordar determinados aspectos concretos de la acción inspectora a realizar.

Adicionalmente y con motivo de una alerta de seguridad de los productos remitida por la Comunidad de Madrid sobre el riesgo de producción de ceguera por el uso de dispositivos láser en establecimientos de ocio, se convocó una reunión con las unidades de consumo de los 21 distritos al objeto de explicar el criterio de actuación en las inspecciones a realizar, los tipos de láseres que están autorizados en el mercado, el etiquetado que deben incluir, así como las precauciones para su uso.

Adicionalmente se elaboró una nota informativa sobre la materia que se distribuyó a todos los titulares del sector del ocio, con el fin de que sean conscientes de los materiales que están usando, así como los riesgos de estos.

➥ Incorporación de la atención presencial en las OMIC de los Distritos

La situación epidemiológica provocada por la COVID 19 obligó a suspender en su día la atención presencial que desarrollaban a través del sistema de cita previa las 21 oficinas de la OMIC, en cuanto a las labores de consulta e información personalizada a las personas consumidoras, sustituyéndola por un sistema de atención telefónica con cita previa.

Con el objeto de facilitar una recuperación paulatina de la actividad ciudadana normal y la integración de los consumidores incomunicados digitalmente, se ha estimado la necesidad de proceder a la restauración progresiva de la atención presencial.

Para ello, con la colaboración el servicio municipal de cita previa, en 2022 se han duplicado las agendas en las OMIC distritales, manteniendo la atención telefónica e incorporando de manera escalonada la atención presencial en los distritos de Arganzuela, Vicálvaro, Centro, Fuencarral, Ciudad Lineal, Moratalaz, Moncloa y Chamberí, que se suman así al sistema doble de atención presencial y telefónica, a elección del consumidor, establecido a partir de junio de 2022 en la OMIC Central.

Se han mantenido activos y publicitados en la página web durante el 2022, todos los correos electrónicos genéricos de las 21 oficinas de OMIC distritales, para facilitar el acceso de las personas consumidoras a la función de consulta y gestión de reclamaciones en todas las oficinas, por esta vía telemática.

➥ 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 la intranet 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, 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. El IMC ha elaborado diversos informes en respuesta a las consultas formuladas por los distritos.

➥ 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 que permitan 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.

Asimismo, se remiten todos 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.

➥ Formación grupo de trabajo estudio, actualización y homogenización de SIGSA inspección y procedimiento sancionador.

El programa informático SIGSA Inspección, se diseñó con el objeto de cubrir las necesidades de inspección de Sanidad y Consumo cuando ambos ámbitos se encontraban inicialmente unidos. Tras su separación, procede su revisión, con objeto de conseguir una mejor adecuación a las necesidades y sistemáticas de trabajo en materia de consumo.

Por otro lado, las unidades técnicas de Consumo de los distritos no tienen protocolizada la sistemática de trabajo en SIGSA, desarrollando cierta disparidad de criterio en su manejo, que conviene homogenizar.

Con este fin, en el 2022 se creó un grupo de trabajo con representantes del IMC y las unidades de consumo de los distritos, que han comenzado sus trabajos en el diseño de un diagrama de flujo consensuado y accesible para todos los usuarios.

Integración con planes transversales, grupos de trabajo y proyectos europeos

El IMC ha colaborado con otros servicios y proyectos municipales, a través de la integración en mesas de trabajo transversales, como vocal de los órganos colegiados, o como participante asociado en el consorcio de proyectos. En concreto, en el ejercicio 2022, estas colaboraciones fueron las 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
- Mesa Estrategia municipal de atención y prevención del trastorno adictivo del juego
- Consejo de Comercio de la ciudad de Madrid
- Colaboración en la red Autenticidad
- Plan estratégico de accesibilidad de la ciudad de Madrid

- Proyecto de Códigos de Buenas Prácticas del Ayuntamiento de Madrid
- Proyecto "Madrid lucha contra la pobreza femenina"
- Proyecto Climate Kic.
- Proyecto Europeo Food Wave

Programa Operativo de Gobierno (POG)

El programa de esta legislatura comprende un total de 12 acciones cuyo impulso corresponde al IMC. Dichas acciones involucran a todos los servicios integrados dentro del IMC y se enmarcan en diversos ámbitos, 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 la inspección de consumo, de extensión de las actividades formativas y del número de participantes en las mismas, de fomento del consumo responsable y del Comercio Justo y de refuerzo de servicios municipales como el arbitraje de consumo.

Durante el año 2022, se ha continuado con el impulso de todas las medidas pendientes del POG, cargando los correspondientes datos de ejecución de las distintas fases e indicadores anuales en la plataforma informática creada a tal efecto, quedando completadas y ejecutadas al final del ejercicio al 100 %, 10 de esas medidas y otra de ellas completada con un grado de ejecución superior al 90%. La restante acción se encontraba en fase de ejecución.

Estrategia de localización de los Objetivos del Desarrollo Sostenible

El IMC participó en la conformación de esta estrategia municipal y en su interrelación con el POG, contribuyendo a sus líneas estratégicas con la propuesta de 3 acciones 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 aprobada, en concreto en el objetivo 4 "Educación de calidad" y en el 12 "Producción y consumo responsables".

Determinados 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 2021, para continuar con las labores de evaluación durante su periodo de vigencia.

Estrategia alimentaria. Mesa del Pacto de Milán

Con ocasión de la Exposición Universal 2015 en Milán, más de 100 ciudades de todo el mundo, entre ellas Madrid, firmaron el Pacto de Política Alimentaria Urbana de Milán (MUFPP), el primer protocolo internacional en materia alimentaria impulsado desde el ámbito municipal. 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 una primera "Estrategia de alimentación saludable y sostenible (2018-2020)", que incluyó medidas cuyo impulso y ejecución correspondía a esta dirección general. Concluido su periodo de vigencia y efectuadas las tareas de evaluación y seguimiento, se ha procedido a elaborar una nueva estrategia con un periodo de vigencia de cuatro años, la "Estrategia de alimentación saludable y sostenible (2022-2025)", que fue aprobada por acuerdo de la Junta de Gobierno de la ciudad de Madrid de 25 de julio de 2022.

El IMC ha participado en las reuniones de la Mesa del Pacto de Milán para la conformación de la nueva estrategia, incluyéndose en el documento final dos medidas a impulsar por el IMC que afectan a la promoción del Comercio Justo y a la impartición de talleres en la escuela, dentro de los programas anuales de formación en materia de consumo sobre alimentación sostenible y desperdicio alimentario

Adicionalmente, y para su desarrollo, la Mesa ha elaborado un Plan de Acción 2022-23, al que el IMC contribuye con dos medidas, en concreto, la M 1.3.2 "Programas de educación y sensibilización en ASS con escolares" y la M 1.3.4 "Sensibilización y promoción de alimentos del Comercio Justo", procediéndose a la revisión exhaustiva del contenido de las fichas descriptivas de ambas medidas y a la formulación de los indicadores correspondientes.

Mesa para el desarrollo de la Estrategia municipal de atención y prevención de la a la adicción al juego (2020-2025) Opción Madrid.

Se trata de un grupo de trabajo en el que se integraron distintas áreas de gobierno para la elaboración, ejecución y evaluación de una estrategia municipal que permita luchar contra la proliferación de salas de apuestas y locales de juego y el trastorno adictivo de la ludopatía en nuestra ciudad. El IMC ha colaborado en la elaboración de esta estrategia con la propuesta de medidas a impulsar desde esta dirección general.

Durante el ejercicio 2022, el IMC ha participado en sus reuniones y efectuado las revisiones documentales de la estrategia hasta conformarse la redacción del documento definitivo se publicó en la web municipal en marzo de 2022.

La estrategia aprobada contempla dentro de tres de sus ejes estratégicos las siguientes acciones cuya ejecución corresponde al IMC:

- Acción 3.8. Incluir, dentro de los programas de atención personalizada a los consumidores que se realizan en la OMIC Central información sobre la problemática del juego y sobre la posibilidad de exclusión voluntaria del acceso a las salas de juego.
- Acción 6.6. Gestionar las reclamaciones y denuncias formuladas por las personas usuarias de las salas de juego para ejercer la vigilancia y control del cumplimiento de la normativa en materia de consumo.
- Acción 7.4. Difundir contenidos desarrollados dentro del marco de la estrategia municipal de prevención y atención a la adicción al juego a través de los canales de información (atención presencial en la OMIC, campañas informativas, información en web o en redes sociales).

Durante el año 2022 se ha procedido a la evaluación de los indicadores designados para el seguimiento de las anteriores acciones, facilitando los datos correspondientes a los ejercicios 2020 y 2021.

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 2022 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. En su desarrollo, se incluyó en el POG una acción específica consistente en incluir en los materiales divulgativos sobre compra de bienes, así como en la formación que se hace en la escuela 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 incorporación de Madrid a la red europea “Autenticidad”.

Esta acción tiene dos indicadores de evaluación. El primero de ellos se refiere a las “Acciones de comunicación contra la venta ilegal incluidos en materiales divulgativos sobre consumo”.

Comprende folletos, guías y videos de elaboración propia, así como los contenidos promocionales desarrollados en las páginas web corporativas y los mensajes en las redes sociales propias del IMC. En este año, se han introducido mensajes en los nuevos videos divulgativos sobre consumo en los que era procedente. La meta establecida a principio del mandato para este indicador fue 25 materiales. Se ha superado ampliamente, al tomar este indicador un valor de 636 a final de 2022.

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 talleres realizados en centros escolares destinados a la enseñanza secundaria, el bachillerato y la formación profesional. En 2022 se han incluido contenidos sobre venta ilegal en 244 talleres escolares en los que participaron 5.735 alumnos/as. Siendo este indicador acumulativo, en el periodo comprendido entre 2020 y 2022 han participado 11.640 alumnos/as en total en estos talleres.

↪ Plan estratégico de accesibilidad de la ciudad de Madrid

Impulsado desde la Dirección General de Accesibilidad (en adelante, DGA), en febrero comenzaron las reuniones para abordar la elaboración de un documento programático con el que se pretendía mejorar la adaptabilidad y adecuación de la estrategia de accesibilidad universal para la ciudad de Madrid.

A tal efecto, la DGA propuso el nombramiento de interlocutores en representación de las diferentes direcciones generales que acudirían a las reuniones convocadas, en cuyo seno se propició por cada dirección general la preparación de fichas técnicas en las que se recogieran actuaciones concretas, bien en desarrollo, o bien de nueva implementación, que promuevan y favorezcan la accesibilidad universal, y que formarán parte del Primer Plan de Acción derivado del Plan Estratégico. Desde el IMC se propusieron 7 actuaciones contempladas en el formato de la ficha técnica elaborada por la DGA que, por decisión de este mismo órgano directivo, formarán parte del Primer Plan de Acción.

El Plan Estratégico de Accesibilidad Universal para la ciudad de Madrid fue aprobado por la Junta de Gobierno de la Ciudad de Madrid en su sesión de 10 de noviembre de 2022.

En esta línea, a propuesta de la DGA y en el transcurso de elaboración del plan el IMC participó en la tercera edición de las Jornadas de Accesibilidad Universal realizadas los días 18 y 19 de octubre, que sirvieron como foro para la presentación y difusión de acciones consideradas como buenas prácticas en materia de accesibilidad universal, llevadas a cabo

por las distintas unidades organizativas del Ayuntamiento. La ponencia, bajo el título "Accesibilidad en los servicios de consumo", fue realizada por la persona interlocutora de este grupo de trabajo.

➥ Proyecto de Códigos de Buenas Prácticas del Ayuntamiento de Madrid

A finales del año 2022, la Dirección General de Organización y Régimen Jurídico impulsó la elaboración de un código de buenas prácticas que recogiera en un único instrumento las buenas prácticas realizadas en el Ayuntamiento, con la finalidad de dar publicidad de estas actuaciones entre la ciudadanía y a las propias unidades administrativas de la corporación municipal, para que puedan replicarse en aras de la mejora de la prestación de los servicios públicos.

El IMC propuso seis actuaciones consideradas como buenas prácticas que inciden en los tres servicios en los que se estructura este órgano directivo. Para la incorporación de propuestas en el Código éstas debían ser innovadoras, eficaces, sostenibles en el tiempo y susceptibles de ser replicables y transferibles a otros servicios públicos distintos de aquel en el que se generó. Las propuestas formuladas por el IMC fueron las siguientes:

1. Elaboración y publicación de Protocolos y Evaluaciones de las campañas de inspección de consumo del Ayuntamiento de Madrid. *
2. Elaboración e implantación de Códigos de Buenas Prácticas empresariales en la ciudad de Madrid. *
3. Sistema de calidad certificado ISO 9001:2015 del Servicio de Inspección de Consumo.*
4. Actuaciones para la educación financiera de las personas consumidoras. *
5. Madrid "Ciudad por El Comercio Justo". *
6. Atención y respuesta ágil de consultas en materia de consumo por correo electrónico.

Finalmente, el Código de Buenas Prácticas del Ayuntamiento de Madrid fue aprobado por Acuerdo de 23 de marzo de 2023 de la Junta de Gobierno de la Ciudad de Madrid, en el que se han incorporado cinco* de las seis propuestas formuladas por el IMC.

➥ Integración con el proyecto: "Madrid lucha contra la pobreza femenina"

Este programa pretende abordar la pobreza con un enfoque de género y de interseccionalidad a través del trabajo conjunto y coordinado en los diversos organismos municipales que por su ámbito competencial tienen capacidad de incidir en la pobreza en nuestra ciudad.

Tras la creación del grupo transversal 2021-2023, en el que quedo integrado el IMC dentro del Área de Gobierno de Economía, Innovación y Empleo, se ha procedido a la evaluación del cumplimiento de las directrices de trasversalidad de género, a través de las acciones realizadas en el Plan de actuación bienal 2022 propuestas por el IMC. En él planteo 6 acciones para incorporar/mejorar la aplicación del enfoque de género en planes, programas

y proyectos a desarrollar a lo largo del 2022, las cuales han sido eficazmente cumplidas, que versaban sobre los siguientes aspectos:

1. Programa formación en materia de consumo
2. Encuesta satisfacción usuarios/as OMIC.
3. Materiales informativos.
4. Divulgación sobre consumo en formatos digitales
5. Programa de educación financiera
6. Condiciones especiales ejecución contratación

➥ Proyectos Climate kic y Dear Food Wave

(Véase las líneas de acción V y VII).

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

Con el fin de mantener los cauces de colaboración y coordinación entre ambas administraciones, y en aras de la distribución eficiente de los recursos mutuos para la mayor eficacia en la consecución del objetivo común de la defensa y protección de las personas consumidoras, se realizaron los trámites necesarios para prorrogar, al menos durante un año más, el convenio suscrito el 16 de febrero de 2021.

El convenio da continuidad de la colaboración en 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 Ayuntamiento de Madrid es miembro del Consejo de Consumo de la Comunidad de Madrid y vocal de su Comisión Permanente, participando en su actividad a través del IMC.
El IMC ha asistido en 2022 a 10 reuniones de la Comisión permanente, contribuyendo a la revisión de los numerosos proyectos normativos que se han presentado ante dicha comisión para los preceptivos informes. También ha asistido a la sesión plenaria del Consejo celebrada en noviembre de 2022.

6.2 Participación ciudadana en consumo

El Consejo Municipal de Consumo

El Consejo Municipal de Consumo es el órgano colegiado 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 2022 el pleno del Consejo Municipal de Consumo se ha reunido en dos ocasiones, concretamente en los meses de abril y diciembre. En estas reuniones se han planteado temas como los proyectos previstos y los ya desarrollados en diciembre, las novedades sobre el material divulgativo, la próxima efeméride conmemorativa de los 40 años de la OMIC, y las previsiones iniciales presupuestarias para el ejercicio 2023, entre otros.

Asimismo, con el objeto de tratar el desarrollo y ejecución de los convenios de información en espacio público, con la consiguiente adquisición de stands para los puntos informativos y determinación de las ubicaciones de los puntos informativos atendidos por cada asociación para el desarrollo del programa de información en ejes comerciales, en el mes de febrero se convocó una reunión de la Comisión de Consumidores.

Adicionalmente, fuera de estas reuniones 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 2022 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 la prórroga del convenio para la realización del Programa de asesoramiento personalizado a las personas consumidoras en la OMIC (7 convenios con otras tantas asociaciones). Además, este año se han firmado nuevos convenios bilaterales para la realización de los Programas de información a los consumidores en espacios públicos.

Con estos instrumentos 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

Se prorroga la vigencia de estos convenios que han supuesto como novedad respecto a los convenios suscritos anteriormente:

- En primer lugar, la refundición del "programa de orientación jurídica a los consumidores" y el "programa de asesoramiento económico a los ciudadanos". A partir de la experiencia en el desarrollo de estos dos programas en pasados ejercicios, y para conseguir una mayor eficacia y eficiencia en la gestión de las citas previas de atención personalizada, se consideró conveniente el pasado año 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 otra parte, garantizando siempre una atención plenamente personalizada, este programa puede aplicarse de forma presencial en la OMIC Central, o bien por vía telefónica, a elección del consumidor, mientras que anteriormente la atención solo era posible en modo presencial.

En síntesis, el asesoramiento tiene como objetivo proporcionar información personalizada de naturaleza jurídica o económica a las personas consumidoras, basada en los principios de gratuidad, confidencialidad e independencia, tratando de adaptarse a las circunstancias específicas de la persona que solicite dicha atención y dando cobertura a las dos líneas de consulta siguientes:

- Por un lado, 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 con diversos aspectos 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 de su economía doméstica y de ahorro.

Para la ejecución de este programa, técnicos/as designados por las asociaciones e identificados como representantes de estas, han ofrecido respuesta a las solicitudes de información y consultas planteadas, con cita previa, siendo la opción telefónica la preferida por la ciudadanía mayoritariamente. Se han ofertado un total de 2170 horas de asesoramiento, desarrolladas por 7 asociaciones de consumidores que forman parte el Consejo Municipal de Consumo (310 horas por asociación).

Convenios para la realización de los Programas de información a los consumidores en ejes comerciales y mercadillos ambulantes.

Para la realización de estos programas se suscribieron en 2022 seis convenios (*véase la línea de acción V*).

Convenios para el mantenimiento del sistema arbitral de consumo

En 2022 se ha mantenido la vigencia de los 30 convenios suscritos para garantizar el funcionamiento del Sistema Arbitral de Consumo en el ámbito del Ayuntamiento de Madrid, de los cuales 15 pertenecen a asociaciones de consumidores y los 15 restantes a organizaciones empresariales.

Además, durante el año 2022 se firmó un convenio con la Universidad Nacional a Distancia (UNED) para seleccionar personal docente e investigador con capacidad para colaborar y asegurar un ágil y eficaz funcionamiento del arbitraje de consumo en el ámbito del Ayuntamiento de Madrid.

Durante este ejercicio han formado parte de los colegios arbitrales de la JAC del Ayuntamiento de Madrid, 15 asociaciones de consumidores y 10 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

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.

Durante el 2022 se ha mantenido vigente, mediante prórroga, el convenio suscrito 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. Dicha prórroga fue suscrita el año anterior, y extenderá su vigencia hasta mayo de 2023.

Línea de acción VII

Fomento del consumo responsable

Se describen en esta línea de acción las actividades realizadas en materia de fomento del Comercio Justo para el mantenimiento de la acreditación con que cuenta la ciudad de Madrid, desde 2011, como "Ciudad por el Comercio Justo", dentro de la campaña internacional de ciudades de la que forman parte más de 2.000 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, FMCJ).

Conforme a la actual distribución competencial y organizativa del Ayuntamiento de Madrid, corresponde al IMC el "fomento del consumo responsable y del Comercio Justo". En su ejercicio, se impulsan también otras iniciativas dirigidas a la promoción de un modelo de consumo sostenible e informado, a través de instrumentos como la formación, la sensibilización ciudadana y la colaboración en proyectos específicos propios o en colaboración con otros servicios municipales o con distintas organizaciones y agentes implicados.

7.1 Madrid, Ciudad por el Comercio Justo

El Foro Municipal de Comercio Justo

El FMCJ 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.

Mediante los decretos de 4 abril y 8 de noviembre de 2022 del delegado del Área de Gobierno de Economía, Innovación y Empleo, fue modificado el Decreto de 4 de marzo de 2020 del mismo órgano por el que se nombran vocales y secretaria del Foro Municipal de Comercio Justo, con el objetivo de hacer efectivos los nombramientos de tres miembros del FMCJ, en concreto, los representantes de las Áreas de Gobierno de Familias, Igualdad y Bienestar Social; de Cultura, Turismo y Deporte y de la asociación de Unión de Cooperativas de Consumidores y Usuarios de Madrid (UNCUMA).

En 2022, El FMCJ celebro una reunión anual, concretamente el día 18 de noviembre, con un amplio orden del día que, además de dar cuenta de los citados nombramientos, tuvo por objeto presentar el informe de seguimiento de actuaciones realizadas en 2022, así como el avance de las principales actuaciones a desarrollar en 2023 conforme a lo establecido en el Programa bienal de Trabajo 2022/2023.

Actuaciones programadas sobre Comercio Justo en 2022

Aparte del sostenimiento de la actividad del FMCJ, para el fomento del Comercio Justo en Madrid, se han realizado otras 17 acciones que se sintetizan a continuación:

- Con ocasión de la conmemoración del Día Mundial del Comercio Justo, desde el IMC se promovió la organización de un desayuno con productos de Comercio Justo, el día 13 de mayo, en la tienda OXFAM Intermón. El acto estuvo dirigido a entidades, empresas y público en general. Fue complementado con una visita guiada a la tienda y a la exposición fotográfica que bajo el título "Empoderadas, mujeres del Comercio Justo" se exhibió en la misma, con la finalidad de dar a conocer el papel de las mujeres en las productoras del Sur Global y promover el consumo de estos productos por la ciudadanía. Contó con la asistencia de 40 personas.

- La celebración de la citada efeméride fue complementada por una campaña de comunicación en mobiliario urbano, mupis digitales y pantallas de Palacio de la Prensa, Capitol y ECI, bajo el lema "Cómpranos y ayuda a mantener el equilibrio" (*véase también la Línea de acción V*).

- De forma adicional a las actuaciones anteriores se llevó a cabo una campaña de promoción del Día Mundial en la web municipal y en redes sociales (www.madrid.es/consumo y https://economia.madrid.es).

- Dentro del programa de información directa en espacios públicos, que se desarrolló en distintas fechas, a partir del 15 de marzo, tanto en mercadillos como en ejes comerciales, se han difundido numerosos ejemplares del folleto informativo sobre Comercio Justo.

- En octubre, mes "Fairtrade", fue organizado un acto institucional consistente en un taller de cocina en directo (showcooking) la elaboración de varios platos a base de

ingredientes de Comercio Justo. Su objetivo fue difundir y degustar estos productos certificados. Contó con la participación de 20 asistentes.

- Esta conmemoración fue complementada por una nueva exhibición en marquesinas de autobuses de la campaña "Cómpranos y ayuda a mantener el equilibrio" (*Véase la línea de acción V*).

- Paralelamente durante el "Mes Fairtrade se desarrolló una campaña de difusión mediante la incorporación de un conjunto de contenidos sobre Comercio Justo para redes sociales e información en las páginas web corporativas (www.madrid.es/consumo y https://economia.madrid.es).

- Respecto a la acción formativa de los empleados municipales cabe destacar la realización de una nueva edición del curso sobre "Consumo sostenible y Comercio Justo"

- Para difundir el Comercio Justo entre la población escolar se desarrollaron, en el marco del Programa anual de formación en materia de consumo, 60 talleres sobre la temática específica de Comercio Justo en centros educativos de nuestra ciudad (*véase la línea de acción II*).
- Se mantiene vigente el convenio de colaboración entre el Ayuntamiento de Madrid y las organizaciones de Comercio Justo (*véase la línea de acción VI*).

- Otra de las acciones ha consistido en la integración del Comercio Justo en otras políticas municipales como el Proyecto europeo "Food Wave" y en la "Estrategia de alimentación saludable y sostenible (2020-2025)", o la "Estrategia de localización de los ODS del Ayuntamiento de Madrid" (*véase la línea de acción VI*).

- Se ha llevado a cabo la actualización de algunos de los apartados existentes en el espacio que sobre Comercio Justo se recogen en la web www.madrid.es, en concreto, el listado de establecimientos que ofrecen este tipo de productos (comercios minoristas y de restauración); la publicación de casos de buenas prácticas de Comercio Justo (6 nuevas y 1 actualización) observadas en ciudades nacionales, europeas y latinoamericanas, así como información sobre eventos de Comercio Justo y la inclusión de nuevos enlaces de interés.

- 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 bajo el lema "En Navidad, Madrid consume con valores" (www.madrid.es/consumo y https://economia.madrid.es)

- Participación en el acto de acto de celebración de 20º aniversario de Alcampo de la Quincena de Comercio Justo (28 abril a 11 mayo) organizada por cadena de supermercados.
- Preparación y revisión de dos píldoras informativas sobre Comercio Justo para su publicación en el nuevo espacio "Videos divulgativos sobre consumo" creado en la web municipal.
- En colaboración con la Dirección General de Comercio y Hostelería, creación de una ruta de Comercio Justo en la web "Todo está en Madrid" para dar visibilidad a todos los establecimientos madrileños que oferten productos de Comercio Justo que lo deseen, que cuenta ya con más de 140 registros, describiendo en cada uno de ellos las del establecimiento comercial, con datos georreferenciados.

TODOESTÁ ENMADRID

7.2 Actuaciones en materia de consumo sostenible

Durante el año 2022, además de las específicas de Comercio Justo, se realizaron 10 acciones de promoción del consumo sostenible, que se presentan clasificadas en las siguientes categorías

Acción divulgativa y transversal en otros planes y estrategias municipales

Se ha realizado una campaña para el consumo responsable en Black Friday con promocional en web y la publicación y presentación de un video divulgativo e inserción de contenidos en redes sociales.

Durante este año 2022 se ha divulgado una campaña específica sobre educación financiera de los consumidores, que se enmarca en la promoción de un consumo responsable e informado (*véase la línea de acción V*).

El consumo responsable ha quedado integrado en todas las estrategias municipales en las que participa el IMC, a través de distintas actividades de naturaleza divulgativa, formativa o de orientación personalizada a las personas consumidoras (*véase la línea de acción VI*).

Acción formativa

En los programas de formación en materia de consumo se integran talleres en la escuela que versan sobre consumo responsable. En 2022 se realizaron un total de 498 talleres, en distintos niveles del ciclo educativo, desde la enseñanza primara al bachillerato, con la siguiente distribución temática:

- Consumo sostenible de productos y servicios: 18
- Consumo y alimentación sostenible: desperdicio alimentario: 242
- Uso sostenible de la energía. Ahorro y eficiencia energética: 101
- Minimización, separación y reciclaje de residuos: 137

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.

Como acción formativa singular se enmarca también en la línea de trabajo de promoción de un consumo responsable e informado, en este caso de servicios y dirigidas a personas consumidoras vulnerables, las sesiones celebradas en centros de mayores sobre banca digital (*véase la línea de acción II*).

Finalmente, cabe destacar la colaboración en la campaña *Autenticiudad* que, en 2022, ha llegado a más de 5000 alumnos, con la inserción en los talleres de consumo de otras temáticas de contenidos frente a la venta ilegal y las falsificaciones, así como la incorporación de mensajes sobre este mismo aspecto en los materiales divulgativos del IMC elaborados referidos a la compra de bienes (*véase la línea de acción VI*).

Fomento del consumo de madera sostenible

En 2022 continuó la vigencia del convenio 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, con los siguientes objetivos:

- 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, correspondió al IMC la apertura de la asamblea anual de los miembros de la plataforma, celebrada el 1 de diciembre de 2022, por invitación de COPADE.

Proyecto Climate Kic

Como acción relacionada con el fomento del consumo responsable, el IMC ha formado parte del consorcio de órganos municipales para promover una economía descarbonizada en la ciudad de Madrid, a través de este 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 IMC ha asistido a las reuniones del proyecto y colaborado en la revisión de informes, documentos y formulación de propuestas en el ámbito de la promoción de consumo responsable de energía.

El IMC ha participado en la propuesta de la ciudad de Madrid para formar parte de la Misión Europea de ciudades inteligentes y climáticamente neutras, uno de los componentes que estructuran el nuevo Programa Marco Europeo de Investigación e Innovación "Horizonte Europa" previsto para el periodo 2021-2027 y cuyo objeto es apoyar, promover y mostrar la transformación de cien ciudades europeas hacia la neutralidad climática de aquí a 2030 para convertirlas en centros de experimentación e innovación para todas las demás. Como resultado de dicha propuesta el 28 de abril 2022 la Comisión Europea anuncia a Madrid como una de las ciudades seleccionadas para formar parte de la Misión ciudades. La inclusión de Madrid como una de las 100 ciudades de la Misión aportará la singular

experiencia de una gran ciudad, la segunda más poblada de la Unión Europea, que ya cuenta con un firme propósito de avanzar hacia la neutralidad climática y en la que el impulso adicional de la Misión hará posible alcanzar hitos muy significativos en 2030.

Proyecto Food Wave

Dear Food Wave es un proyecto cofinanciado por la Unión Europea en el marco educativo (DEAR), que se extenderá hasta noviembre de 2023, y cuyo liderazgo asume la ciudad de Milán. En él participan ciudades de 16 países, entre ellas Madrid. Tiene por objeto fomentar la educación en materia de alimentación sostenible, dirigida en particular al colectivo de los jóvenes entre 15 y 35 años.

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 para el impulso del proyecto y reporte a la coordinación internacional del mismo.

Establecidas en ejercicios anteriores las acciones de difusión y formación a realizar por el IMC, durante el año 2022 se ha realizado una evaluación de resultados a través de indicadores, documentos informativos y gráficos de las acciones realizadas en 2021, junto con la planificación de las previstas para 2022, que habrán de evaluarse a inicios del siguiente ejercicio.

Finalmente, y a través de las redes sociales del IMC, se ha hecho difusión de los eventos organizados en nuestra ciudad para el desarrollo de este proyecto, para estimular la participación, conforme al cronograma establecido.

Línea de acción VIII

Transparencia y calidad en la actuación municipal

En la primera parte de esta línea de acción se resumen las actividades realizadas en materia de transparencia, 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, con 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 impulsado desde el IMC.

Por otra parte, se reflejan los resultados de evaluación y auditoría de los sistemas de calidad que tiene implantados el IMC, en su compromiso con prestar a los/as ciudadanos/as cada vez mejores servicios. Es el caso del Servicio de Inspección de Consumo, que está certificado conforme a la Norma ISO 9001:2015. El alcance de dicha certificación abarca a sus dos departamentos (inspección de consumo y oficina de investigación de consumo), incluida la unidad de procedimiento sancionador, y se renueva anualmente tras un proceso de revisión y auditoría externa.

La OMIC, que cuenta con carta de servicios desde 2008, y conforme al sistema implantado en el Ayuntamiento de Madrid para sus cartas de servicios, es objeto de evaluaciones anuales del cumplimiento de sus compromisos a través de un conjunto de indicadores designados. La Carta de Servicios de la OMIC fue certificada, por primera vez, por AENOR 2018, siendo renovada dicha certificación, válida por dos años, en 2021.

8.1 Publicidad activa

El IMC en aras de la transparencia en la gestión municipal pública, durante el ejercicio 2022 ha publicado, a través de la página web municipal, los siguientes contenidos:

- Memoria anual de actividad 2021.
- Consulta pública sobre la modificación de la Ordenanza de Consumo de la ciudad de Madrid.
- Los protocolos de las campañas de inspección programadas en 2022 con carácter previo a su ejecución.
- Los informes de evaluación de las campañas de inspección ejecutadas en 2021 (12 informes).
- El listado de empresas adheridas al Sistema Arbitral de Consumo y a los distintos Códigos de Buenas Prácticas sectoriales (actualización trimestral de ambos listados).

- Los 19 CBP sectoriales aprobados y sus protocolos individuales correspondientes, una adenda de actualización y un folleto informativo.
- El texto actualizado de la Carta de Servicios de la OMIC, su informe de evaluación, informe de la encuesta de valoración ciudadana del servicio, su ficha técnica y metadatos (todo ello correspondiente a la actividad desarrollada en 2021).
- Actualización de la composición de las vocalías de los órganos colegiados: Consejo Municipal de Consumo y Foro Municipal de Comercio Justo.
- Encuesta de satisfacción del Servicio de Inspección de Consumo: informe, ficha técnica, cuestionario y metadatos.
- Portal de datos abiertos. Publicación trimestral de las inspecciones de consumo realizadas.
- La actualización de los datos de las oficinas de la OMIC Central y distritales en el portal de datos abiertos.
- Criterios interpretativos en materia de consumo, en respuesta a las consultas formuladas por los distritos (1).
- Las publicaciones y documentos divulgativos sobre los derechos legalmente reconocidos a los consumidores (47).
- Los convenios y adendas formalizados en 2022, a través del registro de convenios (16).
- La agenda institucional de la dirección.

Todo ello totaliza un conjunto de 154 contenidos publicados en el ejercicio 2022.

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 2022 un total de cinco 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 los CBP, información que se mantiene actualizada, mediante la revisión de los contenidos del espacio dedicado a consumo en la página web corporativa.

Existe también un extenso conjunto de datos denominado "Inspecciones de Consumo". La información que se facilita 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 que se ofrecen se actualizan trimestralmente, encontrándose ya publicados todos los correspondientes al ejercicio 2022, 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 2022 se han mantenido inalteradas las seis actividades de tratamiento de su responsabilidad:

- Información y asistencia a las personas consumidoras.
- 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.

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

El IMC ha participado en la reunión organizada por la Subdirección General de Protección de Datos del Ayuntamiento de Madrid que se celebró el 1 de diciembre de 2022 con carácter previo a la implantación del Sistema Informático para la Gestión de la Protección de Datos.

8.5 Carta de Servicios de la OMIC

La Carta de Servicios de la OMIC fue aprobada por Acuerdo de 8 de junio de 2008, de la Junta de Gobierno de la ciudad de Madrid. A lo largo de sus evaluaciones anuales, se han ido renovando y ampliando los compromisos en ella adquiridos como plasmación de su voluntad de promover la mejora continua del servicio que ofrece a la ciudadanía, reformulando y ajustando, en consecuencia, los indicadores para su evaluación. En febrero de 2022 se realizó su décima evaluación para determinar el cumplimiento de los compromisos contraídos en función de los valores obtenidos para sus distintos indicadores en el año inmediatamente anterior (2021). En la siguiente tabla se indican los resultados obtenidos para los 20 indicadores designados para la evaluación de sus 9 compromisos.

RESULTADOS DE LA EVALUACIÓN DE LA CARTA DE SERVICIOS DE LA OMIC REALIZADA EN 2022 SOBRE LOS DATOS DE 2021

Indicador	Meta	Resultado 2021
COMPROMISO 1. Indicador 1: Porcentaje de personas usuarias satisfechas con la información y orientación recibidas	80%	86,13 %
COMPROMISO 1. Indicador 2: Valoración media de la preparación del personal para realizar su trabajo	8	8,33
COMPROMISO 2. Indicador 3: Valoración de la amabilidad y cortesía del personal que lo ha atendido	8	8,72
COMPROMISO 2. Indicador 4: Valoración de la claridad y comprensibilidad de la información recibida	8	8,66
COMPROMISO 2. Indicador 5: Porcentaje de personas usuarias satisfechas con el trato recibido	80%	88,58%
COMPROMISO 3. Indicador 6: Porcentaje de citas previas que se ofrecen con una demora igual o menor de 10 días naturales	75%	80,60 %
COMPROMISO 3. Indicador 7: Porcentaje de citas previas en OMIC ofrecidas en un plazo de 20 días naturales, salvo petición expresa de un plazo superior	95% -100%	95,80 %
COMPROMISO 4. Indicador 8: Porcentaje de consultas atendidas por correo electrónico en la OMIC Central en un plazo no superior a 5 días naturales.	80	100%

RESULTADOS DE LA EVALUACIÓN DE LA CARTA DE SERVICIOS DE LA OMIC REALIZADA EN 2022 SOBRE LOS DATOS DE 2021		
Indicador	Meta	Resultado 2021
COMPROMISO 4. Indicador 9: Porcentaje de consultas atendidas por correo electrónico en la OMIC Central en un plazo no superior a 10 días naturales	100%	100%
COMPROMISO 5. Indicador 10: Porcentaje de reclamaciones que son tramitadas en la OMIC en un plazo máximo de 2 meses	80%	78,60 %
COMPROMISO 5. Indicador 11: Porcentaje de reclamaciones tramitadas en un plazo máximo de 6 meses	95% -100%	99,40 %
COMPROMISO 6. Indicador 12: Porcentaje de mediaciones positivas para la persona consumidora en las que la OMIC municipal ha realizado labores de mediación	40%	61,70%
COMPROMISO 6. Indicador 13: Porcentaje de reclamaciones sin resultado positivo informadas de posibles vías para su resolución	95% -100%	99,70 %
COMPROMISO 7. Indicador 14: Quejas o reclamaciones recibidas al año en relación con una información no actualizada sobre la OMIC en la página web (indicador informativo)	-	0
COMPROMISO 7. Indicador 15: Actualizaciones realizadas en la página Web de la OMIC	150	281
COMPROMISO 8. Indicador 16: Porcentaje de hojas de reclamación y carteles que se facilitan al empresariado en el momento de su solicitud	90%	100%
COMPROMISO 8. Indicador 17: Porcentaje de carteles de tenencia de hojas de reclamaciones que se distribuyen en menos de 20 días desde su solicitud	100%	100%
COMPROMISO 9. Indicador 18: Sugerencias, reclamaciones y felicitaciones relativas a los servicios prestados por la OMIC (indicador informativo)	-	32
COMPROMISO 9. Indicador 19: Porcentaje de sugerencias, reclamaciones y felicitaciones relativas a los servicios prestados por la OMIC contestadas como máximo en 30 días	60%	100%
COMPROMISO 9. Indicador 20: Porcentaje de sugerencias, reclamaciones y felicitaciones relativas a los servicios prestados por la OMIC contestadas en menos de 2 meses.	100%	100 %

En cuanto a los resultados de los indicadores obtenidos en la evaluación correspondiente a 2021, 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 3400 encuestas telefónicas.

Los datos reflejan, por ejemplo, que un 86,13% de las personas consultadas estaban satisfechas o muy satisfechas con la información y orientación recibidas, y un 88,58% lo estaban con el trato recibido en general. En cuanto a la capacitación del personal que les

atendió en la OMIC. El resto de los indicadores relativos a la valoración ciudadana del servicio ofrecen también excelentes resultados, 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.

Se evalúa también el nuevo compromiso formulado sobre la atención de consultas por correo electrónico en la OMIC Central establecido durante la pandemia, con una amplia aceptación por parte de las personas consumidoras y un excelente resultado en cuanto a tiempos de respuesta.

También es destacable el indicador que muestra que, en 2021, un 61,70% 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.

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

Tanto el texto actualizado de la carta de servicios, 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.

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 de la actividad de la actividad inspectora y de control del mercado, en su función de defensa de los derechos e intereses de las personas consumidoras.

Este servicio se establece y opera bajo los criterios 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 11 de mayo de 2022, en la que se detectó una observación que se han tenido en cuenta para su implantación en el sistema. La auditoría externa, realizada el 22 de junio de 2022 por el Instituto de Certificación ICDQ, reveló únicamente una no conformidad menor que ha sido corregida, evidenciándose con ello 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. Para ello resulta muy conveniente 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 2021 y la siguiente a 2023. Estas encuestas tienen como objeto conocer el nivel de satisfacción con las actividades emprendidas por el Servicio de Inspección de consumo.

De los datos que se recaban en las encuestas se obtiene información del empresariado y personas reclamantes valorando las actuaciones llevadas a cabo por la inspección, por la unidad de procedimiento sancionador y oficina municipal de investigación de consumo.

Los principales puntos fuertes en la actuación de inspección suelen ser el trato del inspector y la información proporcionada sobre el motivo de la inspección. En procedimiento sancionador la claridad de los motivos de la inspección. Y en la Oficina Municipal de Investigación de consumo la claridad de las comunicaciones recibidas por los interesados.

Los resultados obtenidos en las encuestas de inspección y su análisis constituyen una herramienta importante para la implantación de mejoras en el servicio. Al igual que en el caso de encuestas anteriores, el informe de la encuesta realizada en 2021, su cuestionario, ficha técnica y metadatos pueden consultarse a través del portal de transparencia del Ayuntamiento de Madrid.

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 la variación de alguna de sus características motivadas en algunos casos para adecuar 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; mientras que en otros casos las modificaciones se han producido para su adaptación a las nuevas disposiciones, que con carácter general han afectado a materia de personal.

Para ello se han elaborado las correspondientes memorias, ascendiendo a un número de 4, 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 y a las nuevas disposiciones en materia de personal. Estas 4 memorias han afectado a un total de 22 puestos del IMC.

Se han adecuado 11 puestos de perfil técnico que afectan al personal de la categoría inspectores técnicos de calidad y consumo, modificando en algunos casos el nivel y el complemento específico y en otros casos adaptando la denominación del puesto y su complemento específico, todo ello para adaptar los puestos adscritos al IMC a las mismas características de otros puestos de igual categoría adscritas a otros órganos directivos.

Se ha adecuado la forma de provisión de 2 puestos de conformidad a las disposiciones de personal vigentes, un puesto de carácter administrativo y un puesto de perfil técnico.

Se han modificado las características de 9 puestos para adecuar en algunos casos sus complementos específicos y niveles a puestos ya existentes en el IMC con el fin de fidelizar a su personal y para favorecer la provisión de los puestos para garantizar una mejor organización de la dirección general.

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 una persona proveniente de estos programas gestionados por el Organismo Autónomo Agencia para el Empleo.

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 2022, el IMC realizó el análisis de los siguientes textos:

- Anteproyecto de Ley de medidas urgentes para el impulso de la actividad económica y la modernización de la administración de la Comunidad de Madrid.
- Anteproyecto de ley por el que se regula la cesión de información por los comercializadores de referencia a la Comunidad Autónoma de Madrid para la gestión y pago del bono social térmico en su ámbito territorial.
- Anteproyecto de Ley de Servicios Sociales de la Comunidad De Madrid
- Anteproyecto de ley de derechos, garantías y protección integral de la infancia y la adolescencia de la Comunidad de Madrid.
- Proyecto de Decreto del Consejo de Gobierno, por el que se modifica el Decreto 11/2007, de 1 de marzo, del Consejo de Gobierno, por el que se crea el Consejo para el seguimiento del Pacto Social de la Comunidad de Madrid contra los trastornos del comportamiento alimentario: la anorexia y la bulimia, de la Comunidad de Madrid.

- Proyecto de decreto del Consejo de Gobierno por el que se regula la ordenación de los establecimientos de alojamiento de turismo rural en la Comunidad de Madrid.
- Proyecto de decreto, del Consejo de Gobierno, por el que se aprueba el Reglamento de la Ley 6/2016, de 24 de noviembre, por la que se ordena el ejercicio de las profesiones del deporte en la Comunidad de Madrid.
- Anteproyecto de Ley, por el que se modifica la Ley 1/1999, de 12 de marzo, de Ordenación del Turismo de la Comunidad de Madrid.
- 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 Decreto 74/2005, de 28 de julio.
- Proyecto de Decreto del Consejo de Gobierno por el que se regula la ordenación de establecimientos hoteleros de la Comunidad de Madrid.
- Proyecto de decreto por el que se crea y regula la aceleradora de inversiones de la Comunidad de Madrid.
- Proyecto de modificación del Plan Zonal Específico de la Zona de Protección Acústica Especial Barrio de Gaztambide.
- Reglamento Orgánico de Participación y colaboración ciudadana del Área de Gobierno de Vicealcaldía.
- Plan de Coordinación Madrid Nuevo Norte.
- Plan de Medidas Antifraude del Ayuntamiento de Madrid.
- Plan de Apoyo y Reactivación del Comercio Minorista de Madrid 2020-2023.
- Planes directores y protocolo de actuación ante la previsión de situaciones meteorológicas excepcionalmente adversas en zonas verdes de Madrid.
- Auditoría accesibilidad en el Parque del Retiro.
- Sugerencias para la revisión del Acuerdo Convenio sobre condiciones de trabajo comunes al personal funcionario y laboral del Ayuntamiento de Madrid y sus Organismos Autónomos 2019-2022.
- Modificación del acuerdo de organización y competencias de los distritos.
- Planes de actuación bienal de transversalidad de género.
- Anteproyecto de Reglamento Orgánico de la Asesoría Jurídica del Ayuntamiento de Madrid.
- Plan de actuación de inundaciones del Ayuntamiento de Madrid.

- Acuerdo de la Junta de Gobierno de la Ciudad de Madrid por el que se aprueba el Código ético y de conducta de los cargos públicos del Ayuntamiento de Madrid.
- Acuerdo de la Junta de Gobierno de la Ciudad de Madrid por el que se aprueban medidas urgentes en materia de ahorro y eficiencia energética en el Ayuntamiento de Madrid y sus organismos autónomos.
- Anteproyecto ordenanza de limpieza de los espacios públicos, gestión de residuos y economía circular.
- Anteproyecto de Reglamento del Boletín Oficial del Ayuntamiento de Madrid.
- Estudio Acústico correspondiente a la Zona de Protección Acústica Especial Trafalgar-Ríos Rosas.
- Borrador de las bases específicas por las que se regirá la convocatoria de pruebas selectivas para el acceso a la categoría de técnico/a superior (sociología) del Ayuntamiento de Madrid.
- Estrategia de alimentación saludable y sostenible de la ciudad de Madrid 2022-2025.
- Plan Territorial de Emergencias Municipal.
- Estrategia de prevención y gestión de residuos domésticos y comerciales de la ciudad de Madrid 2030.
- Acuerdo de la Junta de Gobierno de la Ciudad de Madrid por el que se aprueba el decálogo de derechos digitales del Ayuntamiento de Madrid.
- Anteproyecto de Reglamento de constitución, devolución y ejecución de garantías en el Ayuntamiento de Madrid y sus organismos autónomos.
- Informe provisional del Control Financiero Permanente con los Resultados, Conclusiones y Recomendaciones de los Controles Financieros sobre Beneficiarios y Entidades Colaboradoras de las subvenciones concedidas por el Ayuntamiento de Madrid y sus Organismos Autónomos.
- Plan Director de los Jardines de la Quinta de Torres Arias y del Análisis de Viabilidad.
- Anteproyecto de Reglamento del Servicio de Asistencia Municipal de Urgencia y Rescate “SAMUR-PROTECCION CIVIL”.
- Propuestas medidas adicionales en materia de eficiencia energética.
- Anteproyecto de Reglamento de Agentes de Parques del Ayuntamiento de Madrid.
- Análisis de viabilidad del mapa estratégico de ruido de la ciudad de Madrid.

- Informe de control financiero permanente. Contratación y otros gastos para la adquisición de bienes y servicios en el Ayuntamiento de Madrid y sus organismos autónomos durante la vigencia del estado de alarma nacional para la gestión de la situación de crisis sanitaria ocasionada por el COVID-19.
- Anteproyecto de Reglamento de utilización de las instalaciones y servicios deportivos municipales.
- Protocolo de Colaboración en Investigación Científica en materia de Comunicación Clara.
- Proyecto de Decreto por el que se crea y regula la Aceleradora de Inversiones de la Comunidad de Madrid.

(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 61 actuaciones que se integran dentro del marco de este sistema. De las peticiones recibidas (hasta 25), no eran objeto de este canal o bien se trataba de asuntos cuya competencia corresponde a unidades administrativas de otros órganos directivos, por lo que han sido devueltas para su reasignación.

De este modo, 32 actuaciones se han calificado como reclamaciones, mientras que las 4 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 (2022), 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 2021, 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 un expediente remitido 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 19 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 5 respuestas.

Finalmente, a petición de la Dirección General de Coordinación y Desconcentración, con motivo del debate del estado de los distritos 2022, se emitió un informe con las actuaciones más destacables con incidencia en el distrito en relación con el consumo.

9.2 Ejecución presupuestaria 2022

Programa presupuestario/ Aplicación presupuestaria		Crédito definitivo	Crédito disponible	Crédito autorizado	Obligaciones reconocidas	Ejecución (%)
493.00	CONSUMO	4.271.401,83	-38.188,40	4.300.138,96	4.275.031,21	100,08
CAPÍTULO 1. Gastos de personal		3.772.063,00	-38.589,59	3.810.652,59	3.810.652,59	101,02
22107	IMPRESOS Y FORMULARIOS	3.100	98,23	3.001,77	3.001,77	
22602	PUBLICIDAD Y PROPAGANDA	51.516,88	219,95	51.296,93	47.276,12	
22606	REUNIONES, CONFERENCIAS Y CURSOS	4.496,50	49,75	4.446,75	4.446,75	
22699	OTROS GASTOS DIVERSOS	4.000	33,26	3.966,74	3.966,74	
22706	ESTUDIOS Y TRABAJOS TÉCNICOS	243.282,95	0	233.831,68	233.747,82	
25100	TRABAJOS REALIZ POR UNIVERSIDADES PÚBLICAS	10.000	0	10.000	0	
26000	TRABAJOS REALIZ. POR INSTITUCIONES S.F. DE LUCRO	182.942,50	0	182.942,50	171.939,42	
Capítulo 2. Gasto Corriente		499.338,83	401,19	489.486,37	464.378,62	93,00