

MEMORIA DE ACTUACIONES EN MATERIA DE CONSUMO 2017

ÍNDICE

PREÁMBULO	5
LÍNEA DE ACCIÓN I	6
INFORMACIÓN Y ATENCIÓN A LAS PERSONAS CONSUMIDORAS	6
I.1. ATENCIÓN EN LA OFICINA MUNICIPAL DE INFORMACIÓN AL CONSUMIDOR (OMIC) . 6	
Información y orientación	6
Tramitación de reclamaciones y denuncias	6
Expedientes tramitados por la OMIC	7
Atención presencial a las personas consumidoras en las oficinas de la OMIC.....	11
Dispositivo informativo especial sobre cláusulas suelo	12
Servicio de Asesoramiento de la Gestión de la Economía Doméstica	12
Nueva aplicación informática para gestión de OMIC.....	13
Observatorio de las reclamaciones de consumo	13
I.2. ACTIVIDADES DESARROLLADAS POR LA JUNTA ARBITRAL DE CONSUMO DEL AYUNTAMIENTO DE MADRID	14
Actividad de la Junta Arbitral de Consumo	14
Promoción de las comunicaciones por correo electrónico con empresas, así como con árbitros de las organizaciones de consumidores y empresariales. Difusión del Sistema Arbitral de Consumo	16
Implantación de una nueva aplicación informática para la Junta Arbitral.....	16
Arbitraje Turístico	16
I.3. INFORMACIÓN, DIVULGACIÓN Y COMUNICACIÓN SOBRE CONSUMO	17
Campañas de información directa.....	17
Elaboración de material divulgativo	18
Actualización del contenido del espacio web corporativo sobre consumo	22
Campañas de comunicación sobre consumo.....	24
Campañas dentro de los ámbitos temáticos del PICS	24
Campaña de Fomento Madera Tropical Sostenible.....	25
Difusión en prensa y medios de comunicación.....	25
LÍNEA DE ACCIÓN II	26
FORMACIÓN EN CONSUMO	26
II.1. PROGRAMA DE FORMACIÓN EN CONSUMO	26
Acciones formativas dirigidas a las personas consumidoras.....	26
Acciones formativas dirigidas al empresariado. Campaña de visitas personalizadas a establecimientos comerciales	29
Resumen del programa de formación en consumo	30
II.2. FORMACION ESPECIALIZADA EN MATERIA DE CONSUMO PARA EMPLEADOS/AS DEL AYUNTAMIENTO DE MADRID	31
II.4. RESUMEN DE ACTIVIDADES DE FORMACIÓN	32
LÍNEA DE ACCIÓN III	33

CÓDIGOS DE BUENAS PRÁCTICAS PARA LOS SECTORES EMPRESARIALES	33
Revisión y actualización de Códigos de Buenas Prácticas aprobados.....	33
Desarrollo del Plan de comunicación e implantación de Códigos de Buenas Prácticas	33
Número de establecimientos adheridos a Códigos de Buenas Prácticas	34
 LÍNEA DE ACCIÓN IV	 35
 INVESTIGACIÓN Y CONTROL DE MERCADO	 35
IV.1. PROGRAMA DE INVESTIGACIÓN	35
Acción de cesación contra tres academias	36
IV.2. ACTIVIDADES DE INSPECCIÓN	36
Actuaciones por denuncias o reclamaciones	38
Actuaciones en seguridad de los productos: Red de Alerta y toma de muestras	38
IV.3. ACTUACIONES SANCIONADORAS Y MEDIDAS PREVENTIVAS	39
Convenio de colaboración sobre control de la publicidad	39
 LÍNEA DE ACCIÓN V	 40
 PARTICIPACIÓN, COLABORACIÓN Y COORDINACIÓN EN CONSUMO	 40
V.1. COORDINACIÓN Y COLABORACIÓN INTERADMINISTRATIVA	40
Colaboración y coordinación con los Distritos	40
Colaboración de la OMIC Central con el Servicio de Emergencia Residencial	42
Participación en el proyecto “Ciudades amigables con las personas mayores”	42
Participación en órganos colegiados y grupos de trabajo municipales	43
Colaboración con la Dirección General de Comercio y Consumo de la Comunidad de Madrid.....	43
V.2. PARTICIPACIÓN CIUDADANA EN CONSUMO	44
El Consejo Municipal de Consumo	44
Colaboración con las organizaciones de consumidores	45
 LÍNEA DE ACCIÓN VI	 46
 CONSUMO RESPONSABLE	 46
VI.1. MADRID, CIUDAD POR EL COMERCIO JUSTO	46
El Foro Municipal de Comercio Justo	46
Actuaciones sobre Comercio Justo en 2017	46
VI.2 PLAN DE IMPULSO DEL CONSUMO SOSTENIBLE DE LA CIUDAD DE MADRID (2016 - 2019)	49
Marco conceptual.....	49
Estructura y contenido del PICS.....	50
Actuaciones en 2017	50
VI.3 OTRAS ACTUACIONES EN MATERIA DE CONSUMO SOSTENIBLE	53
Fomento del consumo de madera sostenible	53
Fomento de consumo de productos de la pesca sostenible certificada.....	55
 LÍNEA DE ACCIÓN VII	 56
 TRANSPARENCIA Y CALIDAD EN LA ACTUACIÓN MUNICIPAL	 56
VII.1 PUBLICIDAD ACTIVA	56

VII.2. PORTAL DE DATOS ABIERTOS.....	57
VII.3. CARTA DE SERVICIOS DE LA OMIC	57
VII.4. SISTEMA DE CALIDAD UNE EN ISO 9001:2008 DEL SERVICIO DE INSPECCIÓN DE CONSUMO.....	59
EJECUCIÓN PRESUPUESTARIA.....	61

PREÁMBULO

En esta memoria de actuaciones se recogen las principales actividades desarrolladas por los servicios municipales durante el ejercicio 2017, en el desarrollo de las líneas de trabajo y acciones previstas en el Plan de Acción en materia de consumo de dicho ejercicio. Se trata de un conjunto de acciones enfocadas a la protección de las personas consumidoras, a través de los procedimientos de información, mediación, arbitraje, formación, investigación, inspección y control del mercado, así como del establecimiento de acuerdos voluntarios con los sectores empresariales, además del fomento del asociacionismo en materia de consumo y la promoción de un consumo sostenible. Esta actividad se presenta en este documento estructurada en las siguientes líneas de acción:

- I. Información y atención a las personas consumidoras
- II. Formación en consumo
- III. Códigos de Buenas Prácticas para los sectores empresariales
- IV. Investigación y control del mercado
- V. Participación, colaboración y coordinación en consumo
- VI. Fomento del consumo sostenible
- VII. Transparencia y calidad en la actuación municipal

LÍNEA DE ACCIÓN I

INFORMACIÓN Y ATENCIÓN A LAS PERSONAS CONSUMIDORAS

Dentro de esta línea de acción se recoge, en primer término, la actividad desplegada por la Oficina Municipal de Información al Consumidor (OMIC), tanto en lo que respecta al servicio de atención personalizada que se presta en sus 22 oficinas, como a la gestión y tramitación de las reclamaciones y denuncias que, en materia de consumo, presentan ante ella las personas consumidoras.

En un segundo apartado se describen los datos relativos a la actuación de la Junta Arbitral de Consumo, un servicio con más de 30 años de funcionamiento continuado que proporciona a las personas consumidoras y a las empresas una vía extrajudicial, eficaz y gratuita, para la resolución de sus conflictos de consumo, así como las actuaciones de fomento del arbitraje.

A continuación se trata la acción informativa que se ofrece, con carácter general desde los servicios municipales, así como los programas que se desarrollan en colaboración con las asociaciones de consumidores, como el de asesoramiento en la gestión de la economía doméstica o los que permiten acercar la información a lugares próximos a centros de compra, como mercadillos y en ejes comerciales.

En los últimos apartados, se da una relación de los materiales divulgativos de nueva edición, junto con los que han sido objeto de revisión en el curso del año, para su adaptación a las novedades legislativas o demandas del mercado, así como las campañas de comunicación y sensibilización realizadas. La divulgación sobre consumo se efectúa a través de distintos medios, dependiendo del caso de que se trate, que van desde la distribución de folletos en las oficinas de OMIC u otros servicios municipales a la publicación de contenidos en la página web municipal, así como las entrevistas y participación en programas de radio, los contenidos en redes sociales, o la inserción de carteles en elementos de mobiliario urbano u otros soportes.

I.1. ATENCIÓN EN LA OFICINA MUNICIPAL DE INFORMACIÓN AL CONSUMIDOR (OMIC)

La OMIC del Ayuntamiento de Madrid abrió sus puertas en octubre de 1983, es decir, ha cumplido ya 34 años al servicio de los madrileños. Según indica su Carta de Servicios, aprobada en junio de 2008, los servicios que presta a la ciudadanía pueden resumirse de la manera siguiente:

Información y orientación

- Suministrar información general en materia de consumo respecto a bienes, servicios y suministros.
- Informar sobre los servicios que presta la OMIC.
- Asesorar y orientar sobre los organismos competentes para su resolución 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.

Tramitación de reclamaciones y denuncias

- Recibir las reclamaciones y denuncias formuladas por las personas consumidoras.
- Mediar en los conflictos entre las personas consumidoras y las empresas y, en caso de resultado negativo, informar sobre la posibilidad de acudir a la Junta Arbitral de Consumo, o a la vía judicial para la resolución del conflicto.
- Valorar la existencia de presuntas infracciones y, en su caso, trasladar el expediente al órgano competente.

Expedientes tramitados por la OMIC

En el ejercicio 2017 la OMIC tramitó, en el conjunto de sus 22 oficinas, un total de 23.291 expedientes. De ellos, el 96,29% fueron reclamaciones, el 0,49% solicitudes de información, el 1,66% denuncias y el 1,56% se han clasificado como quejas contra las empresas reclamadas.

Expedientes tramitados por la OMIC de Madrid Año 2017		
	Nº de expedientes	Porcentaje
Reclamación	22.428	96,29
Información	113	0,49
Queja	364	1.56
Denuncia	386	1,66
	23.291	100

Del total de asuntos recibidos, el 53,89% fueron gestionados en la OMIC Central (12.551 expedientes) y el 46,11% restante (10.740 expedientes) en las oficinas de distrito, conforme a los criterios de reparto territorial y material de asuntos establecidos en la Instrucción de Coordinación del funcionamiento de la OMIC.

Los datos de expedientes gestionados en el conjunto de oficinas de OMIC del Ayuntamiento de Madrid manifiestan un cambio de la tendencia al descenso observada en los últimos años ya que, en 2017, se ha producido un aumento del 1,86% en cuanto al número total de expedientes con respecto del año anterior, valor que es algo superior en la OMIC Central; en esta oficina el incremento alcanzó el 2,43%.

Por tipo de asunto, han aumentado las solicitudes de información, que han pasado de un 0,11% a un 0,49%, así como las denuncias con un 1,66% frente al 1,33% de 2016. Por su parte, las reclamaciones han sufrido un pequeño descenso, además del correspondiente a la disgregación de este apartado en dos campos, reclamaciones y quejas, que en 2017 se materializa por primera vez. Esta desagregación lleva implícito un cambio en el modo de tramitación de un pequeño conjunto de expedientes, considerados improcedentes en materia de consumo, pero que reflejan algún tipo de insatisfacción de los clientes frente al modo de prestación de servicios por parte de la empresa, clasificándose ahora como quejas que se ponen en conocimiento de ésta. Sumando reclamaciones y quejas, el cómputo total asciende al 97,85% del total, frente al 98,56% de 2016.

A los datos del número de expedientes de información registrados en la aplicación informática de gestión hay que añadir los referidos a la atención presencial mediante el sistema de cita previa; al darse una respuesta verbal e inmediata, en el momento de la atención, a la mayoría de estas informaciones, no quedan contabilizadas en las estadísticas anteriores, puesto que no se produce apertura de expediente.

Distribución de expedientes entre las distintas oficinas de OMIC Año 2017		
	Nº de expedientes	Porcentaje
OMIC Central	12.551	53,89%
Centro	926	3,98%
Arganzuela	638	2,74%
Retiro	334	1,43%
Salamanca	833	3,58%
Chamartín	478	2,05%
Tetuán	619	2,66%
Chamberí	469	2,01%
Fuencarral-El Pardo	695	2,98%
Moncloa-Aravaca	307	1,32%
Latina	566	2,43%
Carabanchel	607	2,61%
Usera	277	1,19%
Puente Vallecas	521	2,24%
Moratalaz	298	1,28%
Ciudad Lineal	666	2,86%
Hortaleza	467	2,01%
Villaverde	419	1,80%
Villa de Vallecas	632	2,71%
Vicálvaro	149	0,64%
San Blas	703	3,02%
Barajas	136	0,58%
TOTALES	23.291	100

Haciendo un análisis más detallado sobre los grupos y sectores a los que se refieren los asuntos planteados ante la OMIC, la mayoría de ellos (un 42,51%) corresponden al sector de los servicios (servicios financieros, transportes, reparación de vehículos, etc.), continuando en este ejercicio la tendencia iniciada en 2016 de que este grupo supere al de los suministros que, tradicionalmente, venía siendo el mayoritario. A suministros correspondieron en 2017 el 28,52% del total de expedientes, mientras que 22,79% se refirió a la compra de bienes. El resto (un 6,18%), son reclamaciones referidas a los sectores de alimentación, vivienda e información general, todos ellos con porcentajes considerablemente menores.

Distribución de asuntos por grupos. Año 2017		
	Nº de expedientes	Porcentaje
Servicios	9.900	42,51
Suministros	6.644	28,52
Bienes	5.307	22,79
Alimentación	1.063	4,56
Vivienda	342	1,47
Información	35	0,15
TOTAL	23.291	100

El grupo de los servicios en su conjunto, ha experimentado un crecimiento considerable con respecto al año anterior, en el que se registraron 8.163 reclamaciones, frente a las 9.900 de 2017. Dentro de este grupo, el primer subsector en importancia, desde el punto de vista cuantitativo, es el de los servicios financieros (banca, cajas de ahorro, mercado de valores,..), que con 2.099 reclamaciones en 2017, representaron el 21,20% del total de los expedientes registrados en el grupo y aumentaron un 25,91% frente a las registradas en 2016. A este respecto ha de tenerse en cuenta la regulación sobre cláusulas suelo que se hizo en 2017 y que motivó el despliegue de un dispositivo especial de información en la OMIC para atender la demanda de las personas consumidoras. El segundo lugar en número de reclamaciones corresponde al subsector transportes y mensajería, con 984 expedientes (9,94% del grupo) y han sufrido un incremento del 18,98 % con respecto al año anterior. Las reclamaciones contra centros sanitarios (901) representaron un 9,10 %, y se han incrementado en un 124,1 % con respecto a 2016. Otro subsector, el de los espectáculos públicos, con 560 reclamaciones ha aumentado también en un porcentaje considerable (53,01 %). Las reparaciones de vehículos, que engloban los talleres oficiales, los especializados y los de motocicletas son también un grupo importante, desde el punto de vista cuantitativo; con 793 expedientes representan un 8,01% y aumentan un 9,83% respecto a 2016.

Sectores específicos destacados. Año 2017		
Servicios		
	Nº de expedientes	Porcentaje dentro del sector
Servicios financieros	2.099	21,20
Transportes y mensajería	984	9,94
Centros sanitarios	901	9,10
Reparaciones de vehículos	793	8,01
Espectáculos públicos	560	5,66
Otros	4.563	46,09
TOTAL	9.900	100

En lo que se refiere al grupo de los suministros continúa la tendencia descendente de años anteriores. En 2017 se han registrado 6.644 expedientes (28,52% del total) frente a los 7.462 del ejercicio 2016.



El subsector de telecomunicaciones (telefonía móvil, fija, Internet proveedores de acceso a Internet) constituye el que más expedientes acumula dentro de sector suministros, con 4.083 altas, lo que representa el 61,45% de los expedientes de este sector, siendo la telefonía móvil, con 3.215 expedientes (48,39% del total del sector suministros y 78,74% respecto del subsector de telecomunicaciones) la más reclamada, a pesar de observarse un ligero descenso respecto a 2016, en que se registraron 3.445 altas.

Respecto del subsector suministros energéticos, hay disminución de las reclamaciones sobre electricidad (674 en 2017 frente a las 885 de 2016) mientras que se aprecia un ligero repunte en los expedientes de suministro de gas. Frente a las altas registradas en 2016 sobre gas, que ascendieron a 492, en 2017 se han contabilizado 522, que representa un 7,86 del total del sector suministros.

Sectores específicos destacados. Año 2017		
Suministros		
	Nº de expedientes	Porcentaje dentro del sector
Telefonía móvil	3.215	48,39
Telefonía fija	682	10,26
Electricidad	674	10,14
Gases combustibles	522	7,86
Otros	1.551	23,35
TOTAL	6.644	100

Desde la OMIC del Ayuntamiento de Madrid, y en el ejercicio de la labor de intermediación que le corresponde, se ha impulsado el mantenimiento de reuniones específicas o contactos con las principales empresas de suministros para facilitar y agilizar la gestión de reclamaciones y para buscar una solución conjunta a aquellos problemas detectados que hayan podido afectar a un colectivo numeroso de personas como, por ejemplo, las facturaciones de electricidad presuntamente incorrectas, prestando especial atención a aquellos casos en los que se detectan situaciones de vulnerabilidad o pobreza energética. Dentro de este sector cabe destacar la actuación informativa ante la nueva regulación del bono social que se produjo a finales de 2017.

Las reclamaciones debidas a la adquisición de bienes de consumo totalizaron 5.307 expedientes, aproximadamente un cuarto del total. Este valor mantiene prácticamente las cifras de 2016, año en el que se registraron 5.341 expedientes. Dentro de los bienes, los subsectores más reclamados desde el punto de vista cuantitativo fueron, una vez más, la compra electrónica y la adquisición de aparatos telefónicos, con 882 y 595 expedientes respectivamente, que en su conjunto se acercan al 28% del grupo de compra de bienes.

Con respecto al año anterior, se observa un incremento en relación al comercio electrónico del 12,64%, mientras que la adquisición de aparatos telefónicos manifestó una tendencia contraria, al disminuir un 18,83% con respecto a 2016. Le siguen en importancia la compra de mobiliario-decoración, con 590 expedientes (11,12% del total del sector) que continua con la tendencia de ligero ascenso observada en años anteriores. Los productos textiles, incluida la etapa de rebajas, con 578 reclamaciones, se encuentra en un nivel muy similar al del pasado ejercicio.

Sectores específicos destacados. Año 2017		
Bienes		
	Nº de expedientes	Porcentaje dentro del sector
Compra electrónica	882	16,62
Aparatos telefónicos	595	11,21
Mobiliario-Decoración	590	11,12
Textil	578	10,89
Otros	2.662	50,16
TOTAL	5.307	100

En 2017, se abrieron 1.063 expedientes referidos al sector de la alimentación, frente a los 1.511 del año anterior, lo que representa un decremento del 7,03%, tendencia que es inversa a la del último ejercicio.

Respecto del sector vivienda, se observa una línea de mantenimiento respecto a 2016, que rompió la tendencia decreciente que se venía observando. Si en el año 2016, se abrieron y tramitaron 383 expedientes, lo que suponía un incremento del 25,16 respecto a 2015, en 2017 se han registrado 342 altas, con un descenso ligero respecto a 2016 (8,92%).

Finalmente, se han abierto expedientes para 35 peticiones de información de carácter general sobre consumo, que han dado lugar a análisis y contestación por escrito, lo que supone un incremento del 70% respecto al año 2016 en que se registraron tan solo 5 de estas peticiones. El resto de las solicitudes de información surgidas en la atención presencial a los consumidores se han atendido de manera inmediata, no quedando reflejadas en la aplicación informática de la OMIC dedicada al registro de la documentación y los trámites realizados en los expedientes que gestiona esta oficina especializada de atención a la ciudadanía.

Atención presencial a las personas consumidoras en las oficinas de la OMIC

La OMIC, en su red de 22 oficinas, ofrece atención presencial a las personas consumidoras para consultas personalizadas en materia de consumo, mediante el sistema corporativo de cita previa.

En el caso de la OMIC Central la atención presencial se desarrolla en horario ininterrumpido de mañana y tarde, de lunes a jueves, y los viernes y mes de agosto sólo en horario de mañana para consultas e información en materia de consumo. La existencia de cita previa para esta atención personalizada se compatibiliza con la información general sobre como presentar una reclamación, que no requiere cita previa, así como la consulta de expedientes que se estén ya tramitando en la OMIC, que es atendida directamente por el personal técnico que tiene asignada la gestión del expediente concreto de que se trate.

Actualmente se ofrece cita previa en la OMIC Central tanto para las labores de orientación jurídica en materia de consumo como para el programa de asesoramiento en la gestión de la economía doméstica. Durante el año 2017, se han concertado 2.744 citas, y se han atendido entre los citados y las personas consumidoras que han requerido información sin cita a un total de 2.472 personas.

Además, se ha mantenido la atención presencial en los servicios que no requieren cita previa como son la información sobre la presentación de reclamaciones, solicitudes de arbitraje, documentación o la consulta sobre expedientes ya abiertos en la OMIC y petición de hojas del sistema unificado de reclamaciones. En total se atendieron presencialmente en la OMIC Central 8.029 (7.438 en horario de mañana y 591 en horario de tarde).

El número de personas atendidas en la OMIC Central en 2017 supone el mantenimiento de las mismas cifras que el pasado ejercicio 2016 en el cual se atendieron en la OMIC Central 7.998 personas.

A ello hay que sumar los servicios de atención personalizada que se desarrollan en las oficinas de distrito. Tomando en conjunto las 22 oficinas con que cuenta la OMIC del Ayuntamiento de Madrid, se ha facilitado cita previa a través del sistema corporativo a 18.226 personas, lo que supone un incremento respecto a 2016, en que se dieron cita a 15.661 personas para atender sus consultas y solicitudes de información en materia de consumo. Considerando las personas citadas que asistieron a las citas concertadas, la atención efectiva mediante cita previa, en el conjunto de oficinas OMIC ascendió a 13.384 personas.

Dispositivo informativo especial sobre cláusulas suelo

En enero de 2017, a tenor de la sentencia del Tribunal de Justicia de la Unión Europea referida a las denominadas cláusulas suelo, la OMIC estableció un dispositivo especial de información y asistencia a las personas consumidoras que les facilitara la reclamación ante la entidad bancaria para la restitución de las cantidades indebidamente cobradas, en los casos procedentes, conforme al procedimiento establecido por el Gobierno de España. Este servicio gratuito se complementó con asesoramiento referido a la reclamación de los gastos abonados en concepto de escrituración e inscripción de la hipoteca.

Ante la demanda de información observada, la OMIC preparó una aplicación informática, de desarrollo propio, que permite, a partir de las características y datos de cada contrato facilitados por el consumidor (TAE, nº de años, cuotas, etc.), una estimación fiable de la cantidad a reclamar ante la entidad bancaria. Esta aplicación informática se puso también a disposición de otros municipios que así lo solicitaron.

En el curso de la atención presencial, en primer lugar, se examina el contrato hipotecario de la persona consumidora para determinar si en él existe o no cláusula suelo. En caso afirmativo, se introducen los datos facilitados por la persona consumidora en el programa de cálculo que da como resultado la cuantía aproximada de la reclamación a efectuar, incluyendo los intereses correspondientes. Se facilita a la persona consumidora este resultado y un formulario sencillo para hacer la reclamación correspondiente ante la entidad bancaria.

Para las personas no afectadas por cláusula suelo que, no obstante, deseaban reclamar el importe de los gastos e impuestos relativos a la escrituración e inscripción del préstamo hipotecario, se preparó otro formulario específico.

La apertura de este dispositivo de información originó una demanda importante de citas previas en el primer semestre, que se atendieron en colaboración con las asociaciones de consumidores.

Servicio de Asesoramiento de la Gestión de la Economía Doméstica



Durante todo el año 2017, en la OMIC Central se ha continuado con la prestación de este servicio, gratuito, confidencial e independiente, que se inició en octubre de 2014, y con el que se pretende proporcionar herramientas a los/as ciudadanos/as para el control de sus gastos y conseguir una mejor gestión de la economía familiar, evitando el sobreendeudamiento.

El programa se desarrolla a través de la colaboración de especialistas en materia económica y derechos de las personas consumidoras designados por las asociaciones de consumidores integradas en el Consejo Municipal de Consumo, que responden las consultas formuladas en temas de índole económica, poniendo a su disposición en los casos que así lo requieran, la herramienta de cálculo del presupuesto familiar desarrollada específicamente para este programa por el Instituto Municipal de Consumo.

Esta herramienta, también disponible en la web municipal, junto con una amplia colección de

materiales divulgativos específicos de este programa, incorpora los diferentes conceptos de ingresos y de gastos habituales en una familia, y facilita, en base a la información aportada, un balance personalizado de la situación, así como conclusiones y recomendaciones en función de la situación económica particular.

Este programa en 2017 ha estado en gran parte dedicado a la atención de las consultas referidas a cláusulas suelo y se ha mantenido también la colaboración con el servicio de Emergencia Residencial, prestando asistencia y orientación jurídica especializada a las personas derivadas desde dicho servicio, referida a créditos hipotecarios y, en general, a asuntos relativos a la adquisición o alquiler de vivienda.

Nueva aplicación informática para gestión de OMIC

En mayo de 2017 se implantó, simultáneamente en todas las oficinas de la OMIC, un nuevo desarrollo informático, basado en la plataforma SIGSA para gestión y tramitación de expedientes. Su desarrollo ha corrido a cargo de los equipos técnicos de Informática del Ayuntamiento de Madrid, con los que se han mantenido diversas reuniones técnicas para su definición. Este proceso ha sido más breve de lo previsible, pues ha sido posible aprovechar gran parte del extenso trabajo conjunto con técnicos del Instituto Municipal de Consumo y de los distritos, realizado en años anteriores y para otras plataformas, en concreto, en lo que se refiere al modelo de datos, el registro de la información, los diagramas de flujo, la accesibilidad de la información para las distintas oficinas, la conexión con otras aplicaciones informáticas corporativas como el registro electrónico o el SIG corporativo, así como la comunicación con las empresas reclamadas por vía electrónica o el propio expediente electrónico.

Desde la puesta en marcha de la aplicación, se ha continuado trabajando con el IAM y el Servicio de Soporte para la Implantación Electrónica para el ajuste de este nuevo sistema, realizándose por parte de la OMIC Central propuestas de mejora que están pendientes de revisión y ejecución por Informática del Ayuntamiento de Madrid. Asimismo, se han revisado, en el curso de este proceso, todos los modelos de comunicaciones con las personas consumidoras y las empresas en todas las fases de gestión de los expedientes, adaptándolas a las necesidades actuales de mayor claridad de lenguaje e incorporando en ellas lenguaje inclusivo.

Se han iniciado en 2017 los trabajos para la definición de un nuevo sistema informático de obtención de estadísticas y explotación de la información, basado en una aplicación específica a través de un desarrollo en BI, tarea que se espera esté concluida en 2018.

Observatorio de las reclamaciones de consumo

Se trata de una de las acciones en materia de consumo recogidas en el Programa de Gobierno de esta legislatura. El observatorio de las reclamaciones de consumo, no es una acción estructural sino que se ha planteado desde su origen como un instrumento de análisis de las reclamaciones recibidas, con objeto de determinar los sectores que son objeto de mayor número de reclamaciones y clasificando mediante el examen particularizado de cada reclamación, el motivo de la misma y, en su caso, adoptar las medidas correctoras posibles. La medida prevé la elaboración de un informe semestral. Los dos informes realizados en 2017 han estado referidos, en el primer semestre, al análisis sobre los motivos de las reclamaciones en materia de compraventa por Internet, mientras que el segundo el informe ha tratado sobre un estudio comparativo relativo a las empresas que han recibido mayor número de reclamaciones en dicho ámbito.

I.2. ACTIVIDADES DESARROLLADAS POR LA JUNTA ARBITRAL DE CONSUMO DEL AYUNTAMIENTO DE MADRID

El Sistema Arbitral de Consumo es el arbitraje institucional de resolución extrajudicial de conflictos, de carácter vinculante y ejecutivo para ambas partes, de las controversias surgidas entre personas consumidoras y las empresas o profesionales en sus relaciones de consumo.



Al igual que en ejercicios anteriores, en 2017, el Instituto Municipal de Consumo ha desarrollado acciones de fomento de este sistema, con el objetivo de promover este medio de resolución eficaz de los conflictos de consumo.

Actividad de la Junta Arbitral de Consumo

La Junta Arbitral de Consumo del Ayuntamiento de Madrid es el órgano administrativo encargado de la gestión y tramitación de las solicitudes de arbitraje formuladas por las personas consumidoras. Los órganos arbitrales conocen de la controversia sometida a su consideración y dictan los laudos arbitrales, resoluciones extrajudiciales de obligado cumplimiento por las partes, que tienen valor de cosa juzgada.

Durante el año 2017 se han gestionado 1.235 solicitudes de arbitraje, manteniéndose prácticamente el valor del precedente año 2016, en el que se tramitaron 1.266 solicitudes de arbitraje. Durante el ejercicio 2017 se han celebrado 675 vistas.

En cuanto al origen de las solicitudes de arbitraje, la mayor parte de ellas proceden de las distintas oficinas con que cuenta la OMIC del Ayuntamiento de Madrid, en concreto 800 de las distritales y 313 de la oficina Central, lo que supone un 90,12% del total. El 9,88 % restante se distribuye de la siguiente forma: 111 solicitudes fueron presentadas directamente por las personas consumidoras ante la Junta Arbitral de Consumo, 10 se recibieron a través de otros organismos y 1 a través de asociación de consumidores.

La distribución sectorial de los arbitrajes solicitados se resume en las dos tablas siguientes:

Distribución de solicitudes por sectores. Año 2017		
Sectores	Nº solicitudes	Porcentaje
Servicios	494	40,01
Bienes	364	29,47
Suministros	353	28,58
Vivienda	24	1,94
TOTAL	1.235	100

El grupo más numeroso corresponde a los servicios, y representa un 40,01% del total, seguido de la adquisición de bienes con un 29,47% y de los suministros con un 28,58% del total.

De manera más específica, dentro de los servicios, destacan las tintorerías-lavanderías con 92 solicitudes, los talleres de reparación de automóviles (88 solicitudes) y la reparación de aparatos telefónicos (37 solicitudes). En cuanto a la compra de bienes, cabe resaltar las 80 solicitudes de arbitraje recibidas sobre adquisición de aparatos telefónicos, 53 de compras de textil, 46 de compra de productos electrodomésticos, electrónicos o informáticos y las 39 relativas a adquisición de mobiliario-decoración. Del grupo de los suministros, el dato más significativo son las 199 solicitudes relativas a telefonía móvil, que representan un 16,11% del total de asuntos gestionados en la Junta Arbitral de Consumo del Ayuntamiento de Madrid, si bien presenta una evolución claramente descendente con respecto a ejercicios anteriores.

Distribución de solicitudes de arbitraje por sectores. Año 2017			
Sectores	Subsector	Nº solicitudes	Porcentaje respecto al total
Servicios	Tintorerías-Lavanderías	92	7,45
	Reparación automóviles	88	7,13
	Reparación aparatos telefónicos	37	3,00
Bienes	Aparatos telefónicos	80	6,48
	Textil	53	2,29
	Electrodomésticos, electrónica e informática	46	3,73
Suministros	Telefonía móvil	199	16,11
Otros	Otros	640	53,81
TOTAL		1.235	100

Los órganos arbitrales que emiten dichas resoluciones son los designados por la Presidencia de la Junta Arbitral, los cuáles, en función de su composición, pueden ser unipersonales o colegiados. Durante el ejercicio 2017, todas las vistas arbitrales se han celebrado con órgano colegiado. Han formado parte de los colegios arbitrales de la Junta Arbitral de Consumo del Ayuntamiento de Madrid 19 asociaciones de consumidores y 13 organizaciones empresariales, conforme a los convenios vigentes a tal efecto.

Según el tipo de laudo, los resultados de las vistas celebradas en el año 2017 se clasifican de la siguiente manera:

Resultado de las vistas celebradas. Año 2017		
Resultado / Tipo de laudo	Número	Porcentaje
Estimatorio total o parcialmente	312	46,22
Desestimatorio	202	29,93
Conciliatorio	28	4,15
Archivo-Vía judicial cerrada	54	8,00
Archivo-Vía judicial expedita	1	0,15
Suspensión	37	5,48
Peritaje	4	0,59
Inhibitorio	37	5,48
TOTAL	675	100

Promoción de las comunicaciones por correo electrónico con empresas, así como con árbitros de las organizaciones de consumidores y empresariales. Difusión del Sistema Arbitral de Consumo

La Junta Arbitral de Consumo del Ayuntamiento de Madrid ha mantenido los acuerdos de colaboración con los principales operadores del sector de telefonía para la realización por vía electrónica de las comunicaciones necesarias en el procedimiento arbitral. En 2017 se ha mantenido la comunicación por correo electrónico para el envío de solicitudes de arbitraje, contestaciones y citaciones a audiencias arbitrales a las grandes operadoras de telefonía.

De igual forma se ha procedido con los árbitros de las organizaciones de consumidores y empresas que acuden a las vistas arbitrales, con el fin de agilizar las comunicaciones.

Asimismo, para fomentar el conocimiento y la difusión del arbitraje desde el Instituto Municipal de Consumo se han llevado a cabo las siguientes actuaciones:

- Campaña de comunicación directa a nivel empresarial, desarrollado en los meses de abril y mayo de 2017, con el objetivo de fomentar el arbitraje de consumo como condición indispensable para la adhesión a los Códigos de Buenas Prácticas. Al final del año, el número total de empresas madrileñas adheridas al Sistema Arbitral de Consumo era de 3.115.
- Reedición del nuevo tríptico relativo al “Sistema arbitral de consumo” que ya fue adaptado al lenguaje inclusivo y a la normativa vigente en el ejercicio anterior. Se pretende su distribución con el objetivo de dar a conocer el arbitraje como la vía más sencilla de resolver los conflictos de consumo entre empresas y personas consumidoras.



Implantación de una nueva aplicación informática para la Junta Arbitral

A lo largo del 2017 se intensificaron las reuniones con Informática del Ayuntamiento de Madrid, al objeto de finalizar el desarrollo de la nueva aplicación informática para la tramitación de expedientes de arbitraje. La puesta en funcionamiento de dicha aplicación de Arbitraje de Consumo en entorno SIGSA se produjo el 2 de noviembre de 2017.

Dada la complejidad intrínseca del procedimiento arbitral, se prevé que durante el próximo año 2018 continuará esta labor de revisión y perfeccionamiento de dicha herramienta informática, paralelamente a la propia tramitación de los expedientes de arbitraje generados, además de ser necesario desarrollar un soporte que permita la explotación estadística, teniendo en cuenta el nuevo modelo de datos y la clasificación de reclamaciones, así como la introducción de nuevos campos de información.

Arbitraje Turístico

En virtud del Convenio de Colaboración suscrito anualmente en materia de Consumo entre el Ayuntamiento de Madrid y la Comunidad de Madrid, el Instituto Municipal de Consumo elaboró

en 2012 un Protocolo de actuaciones para el fomento del arbitraje turístico en coordinación con la Comunidad de Madrid, que fue implantado en 2013 y que continúa en vigor.

Dicho protocolo se refiere al desarrollo de actuaciones de divulgación, traslado de solicitudes de arbitraje turístico y fomento de la adhesión de empresas turísticas de la ciudad de Madrid al Sistema Arbitral de Consumo.

Durante el ejercicio 2017 se han recibido en la Junta Arbitral del Ayuntamiento de Madrid 25 solicitudes en materia de arbitraje turístico; 18 en relación a agencias de viajes y 7 relativas a hostelería.

I.3. INFORMACIÓN, DIVULGACIÓN Y COMUNICACIÓN SOBRE CONSUMO

La información y divulgación sobre consumo es una de las líneas de actuación que, de forma continuada vienen ejerciendo los servicios municipales de consumo, siendo este uno de los objetivos esenciales del Instituto Municipal de Consumo para construir paulatinamente una sociedad en la cual las personas consumidoras puedan ser cada vez más conscientes de sus derechos y ejercer un consumo responsable de productos y servicios.

Esta actividad informativa o divulgativa se realiza a través de distintos programas y formatos como la edición de nuevos folletos o guías sobre temas específicos dirigidas a las personas consumidoras o a las empresas y comerciantes, actuando así en las dos partes que integran toda relación de consumo. Se realiza también una importante labor de actualización de contenidos tanto en formato impreso, como electrónico, en particular la amplia información general y sectorial contenida en la página web www.madrid.es/consumo. A través de ella, no solo se da información acerca de acciones en espacio público, cartelería en mobiliario urbano, la radio municipal, notas de prensa o el blog municipal sino que se realizan también campañas y acciones específicas de comunicación dirigidas a la ciudadanía en general.

Campañas de información directa

El Instituto Municipal de Consumo promueve algunas campañas específicas que permitan la interacción directa con las personas consumidoras en los lugares en las que estas realizan sus compras, en las que se puede atender a sus consultas a la vez que distribuir materiales divulgativos. En 2017 se han realizado las siguientes:

- Información en ejes comerciales

Entre las actividades del Día Mundial de los Derechos del Consumidor, el 15 de marzo, se instalaron 8 puntos informativos, 5 en zonas con amplia actividad comercial y 3 en mercados municipales. Esta actividad se realiza en colaboración con todas las asociaciones de consumidores integradas en el Consejo Municipal de Consumo.

Los puntos informativos en zonas comerciales estuvieron ubicados en los distritos: Centro, Puente de Vallecas, Ciudad Lineal, Latina, Salamanca y Tetuán. En ellos se repartió material divulgativo elaborado por el Instituto Municipal de Consumo y por las asociaciones, de modo que personal técnico de las asociaciones dio respuesta a las cuestiones y consultas formuladas por los/as ciudadanos/as referidas a esta materia.

En mercados municipales, se instalaron tres puntos de información: uno en el mercado de Ventas, otro en el de Puente de Vallecas y otro en el de Alto de Extremadura.



Desde el año 2009 se desarrolla esta actividad que forma parte de un programa más amplio de información en ejes comerciales, a través del cual las asociaciones de consumidores, conforme al convenio existente instalan puntos informativos en fechas señaladas en zonas comerciales con mayor afluencia de público. Como son 8 las asociaciones de consumidores integradas en el Consejo Municipal de Consumo, se instalan otros tantos puntos cada uno de ellos atendidos por una de ellas, y distribuidos en distintas zonas comerciales de la ciudad. En total el programa de ejes comerciales comporta 4 días por asociación, en horario de 10 a

15 horas, lo que supone un total de 20 horas de información sobre consumo en ejes comerciales por asociación, es decir, 160 horas en el conjunto del programa.

- Instalación de puntos informativos sobre consumo en mercadillos

Se han instalado en 16 mercadillos municipales, repartidos por 12 distritos, con el objetivo de ofrecer información básica sobre consumo a sus usuarios/as. Los mercadillos se seleccionaron en coordinación con la Dirección General de Comercio y Emprendimiento del Ayuntamiento de Madrid.

Cada asociación de consumidores ha asumido las tareas de formación en 2 de los mercadillos que se indican en la tabla siguiente, dedicando 4 jornadas informativas de 5 horas de duración por mercadillo. De este modo, el número de horas totales de información facilitadas a las personas consumidoras a través de este programa fue de 40 horas por asociación, lo que supone un total de 320 horas en el conjunto del programa.

Relación de mercadillos municipales en los que se desarrolló el Programa de Información en Mercadillos. Año 2017	
Distrito	Mercadillo
Centro	Parque de la Cornisa
Fuencarral-El Pardo	Santa Ana
Puente de Vallecas	Fontarrón
	Ronda del Sur
	Aragoneses
Ciudad Lineal	Santa Genoveva
	Gandhi
Latina	Rafael Finat
Hortaleza	Alcorisa – C/Silvano
	Camino de la Estación
Carabanchel	Vía Lusitana
Villa de Vallecas	Sierra Gorda
Vicálvaro	San Cipriano
San Blas-Canillejas	Arcos del Jalón
Tetuán	Marqués de Viana
Villaverde	Ciudad de los Ángeles

Elaboración de material divulgativo

Otra de las labores habituales es la elaboración de nuevos materiales divulgativos con información general o sectorial destinada a las personas consumidoras para el ejercicio de sus derechos y un consumo responsable e informado de productos y servicios. Algunos de ellos divulgan servicios que presta la administración municipal, como es el caso, por ejemplo de los programas de asesoramiento o del arbitraje de consumo.

Se editan en formato digital o impreso distintos folletos, guías, cartelería, piezas para web o redes y otros soportes de apoyo a las campañas informativas, a lo que hay que sumar la maquetación y edición de los códigos de buenas prácticas para su distribución a las empresas. Esta labor responde al diseño de contenidos de nuevos materiales o bien a la revisión y/o

reedición de folletos cuyo contenido había sido anteriormente diseñado, pero que es preciso actualizar debido fundamentalmente a modificaciones legislativas.

Entre los materiales divulgativos de nueva elaboración cabe citar "Venta y reventa de entradas. Recomendaciones a las personas consumidoras". Se trata de un decálogo de recomendaciones en la compra de entradas para espectáculos públicos y en la reventa de entradas al margen de los canales oficiales, por la importancia que reviste que las personas consumidoras sean conscientes no sólo de sus derechos, sino también de los riesgos que asumen en el caso de que su compra no se encuadre en la protección que le dispensa la normativa de consumo.

Como continuación del programa existente en años anteriores de atención a los turistas que visitan nuestra ciudad se ha preparado un folleto nuevo sobre como presentar una reclamación, que se ha editado en forma impresa en español, estando su versión digital también disponible en otros idiomas (francés, inglés, italiano y alemán). La guía básica de consumo para turistas se ha revisado y maquetado en sus versiones en español y en inglés y, en 2017, se ha traducido y maquetado en idioma francés.

Como nuevos materiales destacan también los folletos de las campañas informativas realizadas, de fomento del consumo sostenible (2 dípticos sobre el PICS), en el ámbito de la energía (1 díptico y 18 fichas informativas destinadas a combatir la vulnerabilidad a la pobreza energética), más un díptico referido a finanzas y seguros éticos, así como el destinado a promover el consumo de madera tropical sostenible.

Con motivo de la celebración del Día Mundial del Comercio Justo se procedió a la reimpresión del cartel que se utilizó el año anterior para la conmemoración del Open Day que tenía como lema "Elige Comercio Justo" consistente en una tableta de chocolate, por ser uno de los productos emblemáticos del Comercio Justo, integrada por una serie de onzas alusivas a los principales criterios de Comercio Justo (protección del medio ambiente, igualdad de género, erradicación el trabajo infantil...).

Para la celebración del Open Day de Comercio Justo 2017 se diseñó un nuevo cartel que fue exhibido en 100 marquesinas de nuestra ciudad con el lema "Elige el mundo en el que quieres vivir, cada gesto cuenta".

Con el fin de promover los valores del Comercio Justo en las campañas informativas realizadas se han editado ejemplares del folleto revisado el año anterior "Madrid, una ciudad comprometida con el Comercio Justo", procediéndose también a su traducción en inglés, en vista de que Madrid albergará el próximo año la Conferencia internacional de ciudades por el Comercio Justo.

En cuanto a las reediciones y actualizaciones, además de la tradicional "Guía de consumo en Navidad", destacan las de folletos dirigidos a colectivos específicos como la guía "Las personas mayores y el consumo", junto con los de los sectores más reclamados como el cuadríptico "Telefonía fija y móvil" o "La factura de la electricidad. Estrategias para ahorrar" y los referidos a "Las Rebajas. Disminuyen los precios, no tus derechos", "Errores frecuentes en materia de consumo", así como el tríptico informativo sobre el "Sistema Arbitral de Consumo".

Los materiales divulgativos están disponibles en soporte electrónico dentro del apartado "Publicaciones" del espacio temático de consumo de la web municipal y muchos de ellos también en formato impreso.

Folletos y guías

Los folletos, guías y materiales divulgativos sobre consumo de nueva elaboración, así como los revisados, maquetados o impresos se resumen en la siguiente tabla.

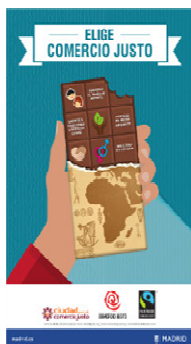


Material	Tipo	Soporte
Venta y reventa de entradas. Recomendaciones a las personas consumidoras	Cuadríptico	Digital/Impreso
Guía básica de consumo para turistas (castellano)	Guía	Digital
Guía básica de consumo para turistas (inglés)	Guía	Digital/Impreso
Guía básica de consumo para turistas (francés)	Guía	Digital
Cómo reclamar (francés)	Tríptico	Digital
Cómo reclamar (inglés)	Tríptico	Digital
Cómo reclamar (italiano)	Tríptico	Digital
Cómo reclamar (alemán)	Tríptico	Digital
Cómo reclamar (castellano)	Tríptico	Digital
Telefonía fija y móvil	Cuadríptico	Digital
Factura de la electricidad, estrategias para ahorrar	Guía	Digital/Impreso
Errores frecuentes en materia de consumo (tríptico)	Tríptico	Digital/Impreso
Asesoramiento en la gestión de la economía doméstica	Díptico	Digital/Impreso
Las personas mayores y el consumo	Guía	Digital/Impreso
El Bono Social (encarte para la guía de mayores)	Hoja	Digital/Impreso
Planes de pensiones	Folleto	Digital/Impreso
Préstamos personales	Folleto	Digital/Impreso
Consume madera tropical sostenible	Tríptico	Digital
Consumo sostenible de energía (18 fichas y carpeta)		Digital
Presentación del PICS	Díptico	Digital/Impreso
Energía y movilidad de residuos	Díptico	Digital
Finanzas y seguros éticos	Díptico	Digital
PICS (genérico)	Díptico	Digital
Las Rebajas. Disminuyen los precios no tus derechos	Cuadríptico	Digital/Impreso
Consejos para consumo en Navidad	Guía	Digital
Comercio Justo	Tríptico	Digital/Impreso
IV Encuentro Estatal de Ciudades por el Comercio Justo	Díptico	Digital
EL Sistema Arbitral de Consumo	Tríptico	Digital/Impreso



Carteles para mobiliario urbano y material de apoyo para campañas

- ✓ Cartel de promoción del consumo de madera tropical sostenible
- ✓ Cartel para muppi con motivo de la celebración del Día Mundial del Comercio Justo.
- ✓ Cartel para muppi para promover el Comercio Justo coincidiendo con el mes "Fairtrade" y la jornada del Open Day del Comercio Justo.
- ✓ Campañas del PICS (material en soporte digital): Carteles PICS, traseras, enaras, recursos para redes, web, merchandising y piezas para inserción en medios.



Códigos de Buenas Prácticas y material de apoyo

A lo anterior hay que sumar la edición de correspondiente a 4 Códigos de Buenas Prácticas y un Catálogo referidos a sectores empresariales: textil, cerrajería, autoescuelas y restauración y ocio nocturno. Su difusión se ha llevado a cabo a través de las siguientes vías de comunicación: campaña de sensibilización por correo, campaña de comunicación directa, campaña de información a los empresarios y página web municipal.

- ✓ Código en el sector del Comercio de Textil y cartel para difusión de los establecimientos adheridos.
- ✓ Código en el sector de Restauración y Ocio Nocturno y cartel para difusión de los establecimientos adheridos.
- ✓ Catálogo en el sector de Restauración y Ocio Nocturno.
- ✓ Código en el sector de Autoescuelas
- ✓ Código en el Sector de Cerrajerías y cartel para difusión de los establecimientos adheridos.

Como material de apoyo se han editado tres carteles correspondientes a los sectores de textil, cerrajería y restauración y ocio nocturno.



Actualización del contenido del espacio web corporativo sobre consumo

En 2017 se ha publicado y mantenido en la página de inicio del área temática de Actividad económica y Hacienda que permite el acceso directo al conjunto de los contenidos de consumo facilitando de este modo el acceso general a ellos.

En lo que respecta a los especiales informativos existentes en el espacio dedicado a consumo de la web municipal, comenzando con la *OMIC virtual*, espacio dedicado a la información general y sectorial sobre consumo, en 2017 se ha realizado un importante esfuerzo consistente en la revisión en profundidad de determinados sectores en los que se ha abordado la completa modificación de su estructura y contenidos. Se trata en concreto de los relativos a:

- Seguros
- Servicios de asistencia técnica
- Tintorerías
- Gasolineras
- Reformas y reparaciones en el hogar
- Agua
- Transporte
- Aprovechamiento por tunos de inmuebles de uso turístico

Asimismo se ha procedido a la necesaria actualización parcial algunos sectores que habían sido objeto de revisión completa en el año anterior, pero que requerían algunas modificaciones por las novedades legislativas surgidas. Tal es el caso de la telefonía (roaming), electricidad (nueva regulación del bono social, suspensión suministro, normativa, glosario y preguntas frecuentes).

Adicionalmente, se ha realizado la actualización periódica de publicaciones sobre consumo y los contenidos necesarios para mantener la actualización permanente de los precios de los distintos combustibles.

En apartado de entidades, se han actualizado los datos de las oficinas de la OMIC, para facilitar el acceso a ellas de las personas consumidoras, incluyendo correo electrónico, teléfonos de contacto, accesibilidad de las instalaciones e información sobre cita previa.

En cuanto al portal de gestiones y trámites, se ha actualizado el trámite de "Solicitud de hojas de reclamaciones por los establecimiento, empresarios y profesionales", para adaptarlo al "Procedimiento normalizado de actuaciones en materia de tramitación de reclamaciones, denuncias y solicitud de arbitraje de la Comunidad de Madrid", de 8 de marzo de 2017, que pretende hacer compatible el funcionamiento del Sistema Unificado de Reclamaciones con el derecho y la obligación de relacionarse electrónicamente con la Administración, tal y como ha establecido la Ley 39/2015, de 1 de octubre, del Procedimiento Administrativo Común. En consecuencia, la Comunidad de Madrid ha procedido a aprobar el nuevo formato de hojas de reclamaciones que ha de estar a disposición de las personas consumidoras en todos los establecimientos donde se realicen actividades comerciales o se presten servicios, permitiendo la descarga directa de las mismas sin necesidad de que se suministren en papel, todo ello sin perjuicio de la convivencia de ambos sistemas.

Se ha incluido toda la información relativa a la evaluación de la carta de servicios (informe de evaluación, informe relativo a los indicadores de evaluación ciudadana del servicio, áreas de mejora, texto revisado de la carta y folleto divulgativo).

Se han mantenido actualizados también los especiales informativos dedicados a asesoramiento en la gestión de la economía doméstica y el referido a las asociaciones de consumidores, en lo que respecta a la composición de vocales del Consejo Municipal de Consumo.

En total este proceso ha comportado 393 actualizaciones de la web, tal y como refleja el correspondiente indicador presupuestario y de la carta de servicios de la OMIC.

En lo que se refiere a los contenidos sobre *Arbitraje de consumo y Códigos de Buenas Prácticas* se ha procedido a actualizar los listados correspondientes a empresas adheridas al Sistema arbitral de consumo y a dichos códigos sectoriales. Igualmente, en lo que respecta al portal de gestiones y trámites, se han mantenido los formularios normalizados, lo que se complementa con la publicación en web de los códigos correspondientes cuando se procede a su actualización, así como la documentación complementaria.

En el canal dedicado al *Comercio Justo*, en 2017, se ha dado continuidad a la labor de actualización de los establecimientos que tienen a la venta productos de comercio justo y los de hostelería y restauración que los sirven.

También se han publicado varias noticias y artículos, destacando la de 7 eventos con presencia del Comercio Justo durante este ejercicio. Así, cabe destacar las noticias correspondientes a actividades desarrolladas, con motivo de la celebración del Día Internacional de la mujer trabajadora (8 de marzo) y del Día Internacional de la Eliminación de la Violencia contra la mujer (25 de noviembre), en los Espacios de Igualdad Juana Doña del distrito de (Arganzuela) y María Zambrano (Chamberí), respectivamente.

Con motivo de la conmemoración del Día Mundial del Comercio Justo, el 13 de mayo, Madrid celebró la jornada en la Plaza Salvador Dalí, publicándose en la web municipal el programa de actividades de la misma, así como el postcard "Ven a celebrar el día del comercio justo", para lo cual se creó el contenido promocional correspondiente.

Igualmente se publicaron en la web las noticias correspondientes a: la celebración del Día mundial de los derechos del consumidor (15 de marzo) con la participación de la Dirección General del Instituto Municipal de Consumo en las Jornadas ciudadanas celebradas en Valladolid "Contribuyendo a los objetivos de Desarrollo Sostenible a través del consumo responsable y el Comercio Justo"; a la celebración del Día Mundial del Medio Ambiente (4 de junio) en el Paseo del Prado, dedicado este año a dar visibilidad al Pacto de Milán, en cuya mesa participa el Instituto Municipal de Consumo, y a la participación de Madrid en la 11ª Conferencia Internacional de Ciudades por el Comercio Justo que tuvo lugar en Saarbrücken (Alemania) del 14-17 de septiembre.

Mención destacada entre los contenidos incorporados en este campo merece el dedicado a la celebración del IV Encuentro de Ciudades por el Comercio Justo que alojó Madrid, el 26 de octubre, y en el que se dieron cita numerosas localidades que trabajan a favor de este movimiento.

El *Diccionario de Consumo*, accesible en la web, contiene actualmente 319 voces ordenadas alfabéticamente. Durante el año 2017 se han añadido las 7 nuevas voces siguientes:

- Academia [centro privado que imparte formación que no tiene carácter oficial].
- Cláusula de gastos [incluida en un contrato de préstamo hipotecario en relación con diversos tipos de gastos requeridos para la formalización de la hipoteca].
- Cláusula suelo [incluida en el condicionado de un préstamo hipotecario a tipo variable].
- Dación de pago [acto por el que queda extinguida en un préstamo hipotecario la obligación inicial].
- Gestión de cobros [tareas de carácter administrativo y financiero dirigidas a recuperar los impagos por los clientes por un empresario o profesional].
- Intermediación hipotecaria [labor de un mediador externo entre un deudor hipotecario y la entidad bancaria acreedora cuando el deudor se encuentra en riesgo de perder su vivienda habitual al no poder hacer frente al pago del préstamo].
- Servicio funerario [cualquiera de las prestaciones que se extienden desde entre el fallecimiento de una persona y la inhumación o incineración del cadáver]

Se ha utilizado el "Destacamos" del espacio de consumo de la web corporativa para ir publicando en él las campañas de comunicación que se han realizado desde el Instituto Municipal de Consumo, asociando a estos espacios textos y otros documentos como folletos, carteles, notas de prensa o enlaces a redes sociales, así como memorias, estudios y planes, entre los que cabe destacar el documento del Plan de Impulso del Consumo Sostenible de la Ciudad de Madrid y el estudio realizado sobre Pobreza energética en la ciudad de Madrid, así

como el Plan de acción y la memoria de actividad del anterior ejercicio.

Campañas de comunicación sobre consumo

La actividad de información se ha complementado con el desarrollo de determinadas campañas singulares orientadas a la divulgación general o específica en materia de consumo y a la sensibilización de la ciudadanía para la promoción del consumo responsable, así como de la conmemoración de determinadas fechas o eventos.

Tales campañas se han realizado utilizando diversos medios como la exhibición de carteles en elementos de mobiliario urbano, la inserción de contenidos en la web corporativa y en el blog diario.madrid.es, así como notas de prensa, entrevistas de radio y contenidos en redes sociales. Entre estas campañas cabe destacar las siguientes:

- **Día Mundial del Comercio Justo.** Como cada año, el segundo sábado del mes de mayo (13 de mayo) tuvo lugar esta conmemoración mediante el desarrollo de distintas acciones para acercar a la ciudadanía el valor social de los productos de Comercio Justo. La actividad fue apoyada los días previos con una campaña de comunicación en redes sociales y diferentes medios de comunicación (entre los que cabe citar la publicación de noticias relacionadas con el evento en la página web municipal, y la participación en diversas sesiones en la radio del Ayuntamiento de Madrid (m21 radio). Todo ello fue complementado con una campaña en 100 marquesinas de autobuses que se desarrolló del 8 al 14 de mayo.
- **Fomento de la pesca sostenible certificada.** Fruto del convenio de colaboración existente con la organización internacional Marine Stewardship Council se exhibió un cartel en marquesinas durante la semana comprendida entre el 5 y el 9 de junio y, en una segunda oleada, del 16 al 29 de octubre con la campaña “Mares para siempre”.
- **Campaña sobre las rebajas.** Consistente en la creación durante el periodo de verano de un promocional en los contenidos de consumo de la página web, con un folleto divulgativo actualizado que destaca los aspectos más relevantes a tener en cuenta durante el periodo de rebajas enfocados a la protección de los derechos que asisten a las personas consumidoras.
- **Campaña “Vuelta al cole”.** En fechas previas al inicio del curso escolar, se difundieron a través de la portada de los contenidos de consumo de la web municipal dos materiales divulgativos preparados en ejercicios anteriores con recomendaciones de consumo sostenible referidos a la compra de material escolar y otros aspectos que tienen incidencia en esta época del año. Se trata de un tríptico y un desplegable con 10 consejos básicos, que formaron parte de un contenido específico desarrollado para web.
- **Open Day de Comercio Justo.** Con motivo de la celebración del Open Day, que en 2017 coincidió con el IV Encuentro Estatal de Ciudades por el Comercio Justo, se organizaron varias acciones dirigidas a los medios de comunicación para informar de los objetivos y contenidos del encuentro. Se publicó una nota de prensa que tuvo repercusión en más de una docena de medios de comunicación locales y nacionales y distintas agencias de prensa.

Campañas dentro de los ámbitos temáticos del PICS

Dentro de las acciones transversales del Plan de Impulso del Consumo Sostenible de la ciudad de Madrid (2016-2019) se encuentra la realización de campañas de sensibilización, de carácter general, o específicas sobre alguno de sus cinco ámbitos temáticos. En 2017 se han realizado 3 campañas una dedicada a la difusión de las líneas estratégicas, objetivos y acciones contempladas en el mismo y otras dos referidas a energía y finanzas éticas, respectivamente.

La campaña general incluyó la presentación oficial del PICS por la Alcaldesa de Madrid el 17 de abril de 2017, para lo cual se editó un folleto divulgativo, la difusión de la aprobación por la Junta de Gobierno en junio de 2017.

Durante el último periodo del se realizó la creatividad de una imagen general del plan que pudiera servir de soporte para todos los materiales y acciones relacionadas con el PICS en distintos formatos a utilizar en eventos, espacios, mobiliario urbano, web, piezas para redes sociales, prensa, etc. Los diseños efectuados en el marco de esta creatividad incluyeron material específico para las campañas de electricidad y de finanzas éticas, que se describen en los apartados anteriores referidos a publicaciones.

Las tres campañas incluyeron la inserción de contenidos en diversos periódicos locales o nacionales, según el procedimiento recogido en el acuerdo marco sobre inserción publicitaria existente.

Campaña de Fomento Madera Tropical Sostenible.

Con el objetivo de sensibilizar a la ciudadanía sobre los beneficios que implica el uso sostenible de la madera tropical, el Ayuntamiento de Madrid desarrolló, a partir del pasado 26 de diciembre de 2017, una campaña publicitaria mediante la exhibición de un cartel en un circuito de 100 marquesinas de autobús distribuidas por toda la ciudad. Dicho cartel, dedicado a la promoción del consumo de madera tropical sostenible, se exhibió durante un periodo de tres semanas y se encuentra disponible en la Web municipal, creándose para ello un contenido promocional, al formar parte esta acción de los compromisos adquiridos por la participación del Ayuntamiento de Madrid en la coalición europea "Sustainable Tropical Timber Coalition".

Difusión en prensa y medios de comunicación

Se han publicado en la web corporativa en apoyo de las campañas anteriores o relativas a asuntos generales o específicos de consumo 4 notas de prensa, 6 contenidos para el blog del Ayuntamiento de Madrid y se han realizado, además de varias intervenciones y entrevistas en radio.

LÍNEA DE ACCIÓN II

FORMACIÓN EN CONSUMO

El Programa anual de formación en materia de consumo recoge un conjunto de actividades formativas destinadas, por una parte a las personas consumidoras y, por otra a los establecimientos comerciales, las dos partes que integran toda relación de consumo. A lo largo del tiempo, dentro de los programas anuales de formación se ha ido integrando un conjunto extenso y creciente de acciones formativas adaptadas en cuanto a su formato y contenidos al público al que van destinadas y a la edad y características de los/as participantes. En lo que se refiere a las actuaciones destinadas a establecimientos comerciales, se mantiene el formato de visitas informativas que permitan difundir en los distintos sectores los derechos las personas consumidoras y la promoción de la adhesión al Sistema Arbitral de Consumo y a los códigos de buenas prácticas sectoriales.

En el plano de la formación interna de los trabajadores/as municipales, desde el Instituto Municipal de Consumo se programan anualmente un conjunto de cursos específicos sobre consumo, de carácter general o sectorial, como medida que facilite la actualización de conocimientos sobre la normativa general de consumo, así como aquella de carácter sectorial en lo que afecte a la protección de los derechos de los consumidores. En 2017 se han impartido cursos de formación interna con 7 temáticas. Seis de ellos con 2 ediciones y uno con una edición, con una capacidad de asistentes de 260 plazas.

II.1. PROGRAMA DE FORMACIÓN EN CONSUMO

Acciones formativas dirigidas a las personas consumidoras

El Programa de formación 2017 contemplaba una amplia oferta de acciones formativas, especialmente dirigida a los colectivos que, conforme a la normativa vigente, deben ser objeto de especial protección, es decir: escolares, personas discapacitadas, inmigrantes y los mayores.

En dicho programa se han integrado 1.300 acciones formativas dirigidas a personas consumidoras pertenecientes a alguno de los colectivos anteriormente citados, en las que han participado un total de 31.373 personas.

Las acciones se han desarrollado en 147 centros escolares, 12 centros de inmigrantes y personas discapacitadas, 13 centros de educación de adultos y 21 centros municipales de personas mayores, distribuidos en todos los distritos de la ciudad. Los tipos de acciones formativas dirigidas a personas consumidoras han sido los siguientes:

- **Talleres de consumo**

Son actividades educativas que se desarrollan en la escuela en las que se tratan temas monográficos de consumo. La oferta formativa abarca los niveles del ciclo educativo comprendidos desde la educación infantil al bachillerato y su formato es el de taller práctico buscando la interacción con los/as alumnos/as participantes. Con estos talleres se busca una formación específica sobre consumo desde la infancia y constituye un complemento a la enseñanza reglada.

El número total de talleres celebrados en 2017 ascendió a 1.187, en los que participaron 26.158 alumnos/as. Las temáticas de los talleres desarrollados las eligieron los propios centros dentro de una variada oferta, que se indica a continuación y que incorpora nuevas temáticas referidas al fomento del consumo sostenible.

Temática de los talleres de consumo
<p>Comercio Justo</p> <p>Consumo sostenible de productos y servicios</p> <p>Gestión de la economía doméstica</p> <p>Las redes sociales y su utilización</p> <p>Economía social y solidaria</p> <p>Nuevas Tecnologías y comercio electrónico</p> <p>Ocio, juegos y juguetes</p> <p>La trazabilidad de lo que consumimos. Sellos, certificaciones</p> <p>Consumo y alimentación sostenible: desperdicio alimentario</p> <p>Uso sostenible de la energía. Ahorro y eficiencia energética</p> <p>Minimización, separación y reciclaje de residuos. La fracción biorresiduo</p> <p>Uso sostenible de los productos forestales y madera tropical</p> <p>Finanza y seguros éticos</p> <p>Publicidad y medio de comunicación</p>

Como complemento del Programa de Asesoramiento en la Gestión de la economía doméstica, y con objeto de formar a las nuevas generaciones, se ha mantenido dentro de las temáticas ofertadas la dedicada a enseñar a los escolares a gestionar mejor su propio presupuesto personal. De esta materia específica se desarrollaron un total de 49 talleres, 28 de ellos impartidos en grupos de enseñanza primaria, 21 de enseñanza secundaria. Estos talleres específicos han tenido buena acogida como demuestra la valoración obtenida de 4,65 puntos sobre 5.

En cuanto a las temáticas de Comercio Justo y consumo sostenible, se han realizado 291 talleres de consumo sostenible en diferentes ciclos educativos y 71 talleres específicos de Comercio Justo. Entre ellos, de nuevo en este ejercicio 2017 el Instituto Municipal de Consumo ha participado en la Feria del día Universal de la Infancia, el día 2 de diciembre, con la realización de 8 talleres denominados "Comercio Justo: juega limpio".

Al término de cada taller cada centro rellena una ficha de evaluación de los resultados y desarrollo. La evaluación efectuada arroja una valoración media para el conjunto de los talleres de 4,66 puntos sobre 5, 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.

- **Gymkhanas de consumo**

Las gymkhanas de consumo están enfocadas a los colectivos de las personas discapacitadas e inmigrantes. En ellas se plantea la realización práctica de varias pruebas que debe superar los/as 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 2017 se han desarrollado 4 gymkhanas de consumo, con un total de 71 personas participantes. En la evaluación efectuada por éstos se otorga una puntuación media de 4,60 puntos sobre 5.

- **Supermercado itinerante**

Esta es una de las actividades más demandadas por su formato especialmente práctico e interactivo, que consiste en la representación de un supermercado. En ellas 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. Al igual que la actividad anterior se dirige principalmente a los colectivos de personas inmigrantes o con discapacidad.

En 2017 se desarrollaron 18 supermercados, con 223 participantes. En la evaluación efectuada se le otorga una puntuación media de 4,66 sobre 5.

- **Actividades para mayores**



Estas actividades están basadas en la instalación de puntos informativos sobre consumo en los centros municipales de personas mayores. Han participado en ellas 21 centros, uno por cada distrito, en los que durante tres horas un/a técnico/a 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”, que fue revisada íntegramente el año anterior, y 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. Se distribuyeron 3.120 guías.

Por otro lado, en estos puntos informativos, se facilitaba la posibilidad de presentar reclamaciones dirigidas a la OMIC del Ayuntamiento de Madrid.

Centros de mayores participantes en el Programa de Formación. Año 2017

Centro Municipal	Distrito	Centro Municipal	Distrito
Antón Martín	Centro	JM Bringas	Usera
Pérez Galdós	Retiro	Casa del Reloj	Arganzuela
La Guindalera	Salamanca	Moratalaz	Moratalaz
La Remonta	Tetuán	El Henar	Hortaleza
Lucero	Latina	Ascao	Ciudad Lineal
Vocal Vecino Justo Sierra	Fuencarral-El Pardo	Miguel Delibes	Villaverde
Infante Don Juan	Moncloa-Aravaca	Santa Eugenia	Villa de Vallecas
Vicálvaro	Vicálvaro	Canillejas	San Blas-Canillejas
Santa Engracia	Chamberí	Entrevías	Puente de Vallecas
San Vicente de Paul	Carabanchel	Teresa de Calcuta	Barajas
Santa Hortensia	Chamartín		

A las personas consumidoras atendidas en los puntos de información se les ha solicitado rellenar una breve encuesta con la que se intenta, por un lado, recoger datos 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 473 encuestas realizadas indican que ha habido una mayor participación de mujeres un 52% frente al 48% de varones. 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.

Otros datos extraídos de la encuesta realizada en los puntos informativos de mayores indican que el 51% de ellas no sabe cómo formular una reclamación y un 54% no conoce la forma de solicitar información sobre consumo. En torno al 67% de las personas mayores encuestadas solicita que se les informe de ésta y otras cuestiones sobre consumo en los Centros de Mayores.

Estos datos ponen de manifiesto la importancia de insistir en acciones formativas e informativas para este colectivo.

- **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 versa sobre las siguientes cuestiones:

- ✓ Los derechos generales de las personas consumidoras
- ✓ El Sistema Arbitral de Consumo
- ✓ Publicidad y medios de comunicación
- ✓ Comercio Justo
- ✓ La economía social y solidaria
- ✓ Las cooperativas de consumo
- ✓ Finanzas y seguros éticas
- ✓ La trazabilidad de los que consumimos. Sellos y certificaciones
- ✓ 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
- ✓ Uso sostenible de los productos forestales y madera tropical.
- ✓ Nuevas tecnologías y comercio electrónico
- ✓ Gestión de la economía doméstica
- ✓ Salud y seguridad de los productos
- ✓ Suministros básicos: electricidad, agua y gas
- ✓ Banca y seguros
- ✓ Saber comprar
- ✓ Ocio, juegos y juguetes

Se realizaron un total de 70 sesiones formativas, en 13 centros de formación de personas adultas de la ciudad de Madrid. Estas sesiones formativas contaron con 1.328 asistentes. El mayor número de ellos/as ha elegido la temática de "Consumo y alimentación sostenible: desperdicio alimentario". Su evaluación global arrojó una puntuación de 4,81 puntos sobre 5.

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

Dentro del programa de formación 2017, se realizó, como es tradicional, una campaña informativa dirigida a establecimientos comerciales, que se desarrolla a través de visitas a establecimientos comerciales de 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.
- Difundir entre los establecimientos de la obligatoriedad de poner a disposición de éstas las hojas de reclamaciones oficiales y mostrar en lugar visible el cartel informativo de su disponibilidad.

- Informar sobre el Sistema Arbitral de Consumo, sus ventajas y compromisos, 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 hace entrega al establecimiento comercial de una carpeta con documentación general relativa a los temas anteriormente citados.

Se comprueba también si está adherido al Sistema Arbitral de Consumo o al Código de Buenas Prácticas del sector. Si no es así, se explica en qué consisten estos instrumentos voluntarios y se les hace entrega de documentación al respecto, junto con los impresos oficiales de adhesión.

En el Programa de Formación en Consumo 2017 se han realizado visitas personalizadas a 703 establecimientos. Las zonas de actuación seleccionadas en coordinación con la Dirección General de Comercio y Emprendimiento han sido los distritos- barrios de Centro-Universidad, Chamberí-Trafalgar y Gaztambide y Moncloa-Aravaca-Argüelles.

La distribución de establecimientos por zonas visitadas ha sido la siguiente:

Zonas	Establecimientos visitados
Centro: Universidad	279
Chamberí: Trafalgar	223
Chamberí: Gaztambide	49
Moncloa-Aravaca: Argüelles	152
TOTAL	703

Del total de 703 establecimientos visitados, el 97% disponía de hojas de reclamaciones y el 94% exhibía el cartel informativo y al resto se les ha facilitado información sobre como solicitarlas y obtenerlas gratuitamente.

En cuanto al Sistema Arbitral de Consumo, un 11% reconoce saber en qué consiste, aunque únicamente un 5% se encontraba ya adherido al Sistema Arbitral de Consumo. A los comercios restantes se les ha facilitado información general sobre este sistema y la documentación necesaria para la solicitud de adhesión. De los establecimientos visitados, 516 pertenecen a un sector que dispone de Código de Buenas Prácticas, de los cuales 3 estaban ya adheridos al código sectorial correspondiente, por lo que se ha facilitado información a los restantes.

Resumen del programa de formación en consumo

En síntesis, el programa de formación en consumo correspondiente al ejercicio 2017 comprendió un total de 2.003 acciones formativas lo que, frente a las 1.928 del ejercicio inmediatamente anterior supone un incremento del 3,9 %. Este aumento es más notorio en términos de número de participantes totales que, en 2017 se cifró en 32.076 personas, frente a las 29.301 del ejercicio 2016 (9,5%).

Como novedad en este ejercicio, los datos de las acciones formativas destinadas a personas consumidoras se presentan desagregados por género, habiendo participado un 50,79% de hombres y un 49,21% de mujeres en ellas. En la siguiente tabla se resume la distribución de acciones por tipo y el número de participantes.

PROGRAMA DE FORMACION EN CONSUMO. AÑO 2017					
Destinatarios	Tipo de acción	Nº de acciones	Nº de participantes	Hombres	Mujeres
Personas consumidoras	Talleres de consumo	1.187	26.158	13.434	12.724
	Gymkhanas de consumo	4	71	36	35
	Supermercado itinerante	18	223	113	110
	Sesiones formativas para personas adultas	70	1.328	541	787
	Sesiones en centros municipales de personas mayores	21	3.593	227 ¹	246 ¹
Representantes empresariales	Visitas a establecimiento comerciales	703	703		
TOTALES		2.003	32.076		

¹ Este dato recoge únicamente la desagregación de los participantes en las 473 encuestas realizadas en los centros de mayores.

¹ Este dato recoge únicamente la desagregación de los participantes en las 473 encuestas realizadas en los centros de mayores.

II.2. FORMACION ESPECIALIZADA EN MATERIA DE CONSUMO PARA EMPLEADOS/AS DEL AYUNTAMIENTO DE MADRID

Con carácter anual, el Instituto Municipal de Consumo, en colaboración con la Escuela de Formación del Ayuntamiento de Madrid desarrolla cursos dirigidos al conjunto de trabajadores/as municipales cuyo cometido tiene relación con los servicios que el Ayuntamiento de Madrid presta en materia de consumo.

Esta labor de formación continua tiene como objetivo fundamental dotar a los/as empleados/as municipales de un nivel de conocimiento y capacitación técnica óptima para el desarrollo de su labor diaria de atención a las personas consumidoras a través de la OMIC y en las labores de inspección y de arbitraje.

No obstante, como novedad en 2017, algunos de los cursos programados han tenido un enfoque más amplio, dirigiéndose al conjunto de la plantilla municipal, para mejorar el conocimiento individual sobre los derechos de las personas consumidoras y de fomentar un consumo responsable de productos y servicios.

En el año 2017, las labores formativas específicas en materia de consumo, cuya programación y coordinación correspondió al Instituto fueron las siguientes:

Formación en materia de consumo para empleados/as del Ayuntamiento de Madrid. Año 2017			
Título del curso	Ediciones	Nº de horas	Nº de alumnos/as
Agencias de Viajes, viajes combinados, transporte aéreo y terrestre.	2	21	40
Ejecución - Anulación del Laudo Arbitral de Consumo	1	5	20
Publicidad Engañosa. Prácticas Comerciales Desleales	2	15	20
El derecho de admisión desde la seguridad ciudadana y la defensa de los consumidores y usuarios	2	15	40
Consumo sostenible y Comercio Justo.	2	21	40
Ley 3/2014. Modificación del Texto Refundido	2	21	40
Tus derechos como consumidor responsable de productos y usuario de servicios. ¿Sabes cuáles son y cómo defenderlos?	2	15	40
TOTALES	13	113	260

Las evaluaciones sobre la impartición de estas acciones formativas para empleados/as municipales han tenido una elevada aceptación por parte de las personas asistentes a dichos cursos, obteniendo una puntuación por encima de 4 sobre 5 en todas las acciones formativas.

II.4. RESUMEN DE ACTIVIDADES DE FORMACIÓN

El conjunto de actividades formativas en materia de consumo realizadas en 2017, tanto las incluidas en el programa anual de formación en materia de consumo, como las dirigidas a otros colectivos específicos, junto con los cursos destinados a la formación continua de trabajadores/as municipales se resume en la siguiente tabla.

Resumen de acciones formativa. Año 2017		
	Nº acciones formativas	Nº participantes
Programa de formación en consumo	2.003	32.076
Formación empleados/as del Ayuntamiento de Madrid	7	260
TOTAL	2010	32.336

LÍNEA DE ACCIÓN III

CÓDIGOS DE BUENAS PRÁCTICAS PARA LOS SECTORES EMPRESARIALES

Dentro de esta línea de acción se busca potenciar el cumplimiento por parte de las empresas tanto de la normativa general como la específica de cada sector comercial, a través del establecimiento de acuerdos voluntarios con las principales organizaciones empresariales de cada sector.

Estos acuerdos voluntarios se plasman en forma de Códigos de Buenas Prácticas, manuales y documentos informativos en los diferentes sectores empresariales, comerciales y profesionales. Cada año se van revisando los códigos 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 los sectores empresariales que así lo demanden, al tiempo que se promueve la adhesión individual de establecimientos a estos Códigos.

Dentro de la línea de fomento del autocontrol y el desarrollo e implantación de Códigos y Manuales de Buenas Prácticas durante el ejercicio 2017 se han ejecutado las actuaciones que se indican a continuación.



Revisión y actualización de Códigos de Buenas Prácticas aprobados

Con independencia de la elaboración de Códigos de Buenas Prácticas y Manuales en nuevos sectores empresariales y profesionales interesados, resulta fundamental la revisión y actualización de los ya vigentes.

Conforme a lo establecido en la Ordenanza de Consumo de la Ciudad de Madrid, de 30 de marzo de 2011, las revisiones han de llevarse a cabo transcurridos cuatro años desde la fecha de aprobación y siempre que se produzca alguna modificación normativa que afecte sustancialmente su contenido.

Durante el ejercicio 2017 se han actualizado los Códigos de Buenas Prácticas correspondientes a los sectores de

- Detallistas de la Carne
- Comercio de Aves, huevos y caza y
- Estaciones de Servicio.

Además se ha realizado la edición de los correspondientes al Comercio Textil, Cerrajería, Autoescuelas y Restauración y ocio nocturno.

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

Para difundir entre los distintos sectores empresariales los Códigos de Buenas Prácticas, adicionalmente a las acciones incluidas en el Programa de formación en consumo destinadas a comerciantes, descritas en la línea de acción II, se ha desarrollado una acción informativa mediante mailing, dirigida a un total de 12.710 empresas.

Además, en 295 establecimientos se ha llevado a cabo una campaña de comunicación directa dirigida a las empresas de forma individualizada, cuyas adhesiones a los códigos se han tramitado lo largo de todo el ejercicio 2017. Esta campaña ha tenido como objetivo dar a conocer los Códigos de Buenas Prácticas, las ventajas que conlleva la adhesión a ellos y la forma de materializarla.

Número de establecimientos adheridos a Códigos de Buenas Prácticas

La adhesión a los Códigos de Buenas Prácticas 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.

Durante 2017 se han tramitado un total de 273 expedientes de adhesión, que se han traducido finalmente en la adhesión de 110 nuevas empresas.

En el cuadro adjunto, se refleja el número de expedientes tramitados anualmente, así como el número de empresas adheridas a los Códigos de Buenas Prácticas, cifras que se vienen manteniendo cuantitativamente con ligeras fluctuaciones.

Número de empresas adheridas a los Códigos de Buenas Práctica		
Año	Expedientes tramitados	Autorizaciones de adhesiones acumuladas (*)
2007	207	592
2008	205	616
2009	262	752
2010	193	819
2011	250	932
2012	239	1.090
2013	140	1.167
2014	227	1.248
2015	181	1.328
2016	304	1.434
2017	273	1.517

(*) El número de autorizaciones de adhesión a Códigos de Buenas Prácticas acumuladas, corresponde a las autorizaciones concedidas cada año, sumadas a las del año anterior, una vez descontadas las bajas producidas anualmente por diferentes motivos (cambio de actividad, cambio de titularidad, desistimientos, etc.).

LÍNEA DE ACCIÓN IV

INVESTIGACIÓN Y CONTROL DE MERCADO

Las labores de investigación y control del mercado van orientadas fundamentalmente a que la ciudadanía pueda tener una confianza cada vez mayor en que los productos y servicios puestos a su disposición en el mercado respetan los derechos que la legislación vigente recoge 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 Instituto Municipal de Consumo y en los distritos, tienen como fin prevenir, detectar y corregir, en su caso, los posibles incumplimientos relativos a las garantías y exigencias legales vigentes sobre protección de la salud, la seguridad y los legítimos intereses económicos de las personas consumidoras.

IV.1. PROGRAMA DE INVESTIGACIÓN

La actividad que desarrolla la Oficina Municipal de Investigación de Consumo, tiene como fin el refuerzo de la protección de los derechos y legítimos intereses de las personas consumidoras en sus relaciones de consumo.

Una parte de su actuación se dirige a la investigación de problemas detectados que tienen afectación general o sobre un colectivo determinado de personas consumidoras, surgidos de la propia evolución del mercado o de las pautas y patrones de consumo estableciendo, en su caso, propuestas de actuación y/o recomendaciones a las personas consumidoras para reforzar su protección. La Oficina de Investigación de Consumo, durante el año 2017 ha elaborado informes referidos a las siguientes materias:

- Desprotección del comprador de entradas a través de reventa no autorizada, con identificación de propuestas de mejora, tanto de carácter normativo y de control oficial de la venta de entradas en mercado secundario como de gestión por los promotores de espectáculos públicos.
- Elaboración del estudio de viabilidad del Plan de Impulso de Consumo Sostenible de la Ciudad de Madrid.
- Identificación de competencias municipales de control oficial y de sanción de infracciones que no cuentan con delegación específica alguna en la vigente organización del Ayuntamiento de Madrid, referidas a los sectores de accesibilidad y de espectáculos públicos.
- Análisis jurídico de la prohibición de introducir bebidas o alimentos en locales de pública concurrencia, con propuestas de actuación destinadas a reforzar en dicho ámbito la protección de las personas consumidoras.
- Desprotección de la persona consumidora en la compra de entradas para espectáculos, en el que se analizan las condiciones generales de contratación utilizadas por veinticuatro empresas que se dedican a la venta de entradas para espectáculos públicos como canales de venta autorizados por el organizador del respectivo evento.

La Oficina de Investigación de Consumo ha preparado cinco denuncias motivadas en relación con irregularidades constatadas en condiciones generales de contratación utilizadas por empresas inspeccionadas que la Dirección General del Instituto Municipal de Consumo ha remitido durante 2017 a la Agencia Española de Protección de Datos.

Adicionalmente ha realizado diecisiete informes motivados de inhibición, con propuesta de ejercicio de potestad sancionadora por la Comunidad de Madrid, como consecuencia de infracciones constatadas en la actuación de otras tantas empresas que tienen su domicilio social fuera de la ciudad de Madrid y otras tres denuncias contra empresas turísticas que el Instituto Municipal de Consumo remitió en 2017 a la Dirección General de Turismo de la Comunidad de Madrid.

Acción de cesación contra tres academias

Esta propuesta de ejercicio de acción judicial de carácter colectivo trae causa de las reclamaciones y denuncias presentadas por personas consumidoras ante los servicios municipales de consumo contra tres centros privados de enseñanzas no regladas que habían sido derivadas al Servicio de Inspección de Consumo.

Paralelamente al ejercicio de potestad sancionadora en relación con irregularidades de las academias que cuentan con acreditación documental, las personas afectadas han denunciado determinadas prácticas engañosas por parte de aquellas de las que no existe otra constancia que sus propias manifestaciones.

En ejecución del Acuerdo de Junta de Gobierno de la Ciudad de Madrid, de 29 de diciembre de 2016, relativo al ejercicio de acciones judiciales para la defensa de las personas consumidoras frente a tres centros privados de enseñanzas no regladas, el 9 de mayo de 2017 se remitió a Asesoría Jurídica la documentación actualizada de tramitación de las reclamaciones que se habían ido recibiendo desde la formulación de la propuesta inicial.

De este modo, la muestra utilizada para el ejercicio de la acción colectiva contra las tres academias ha pasado de 94 a 115 reclamantes para la formulación de la demanda finalmente presentada por el Ayuntamiento de Madrid. El precio total de los contratos suscritos por dichos afectados fue de 164.875€. Dicha propuesta se acompañó de los documentos de comparecencia de las personas reclamantes, que están destinados a reseñar de modo estructurado y unitario la información de cada caso y a constituir prueba documental en el proceso judicial propuesto.

La presentación de la demanda judicial contra tres academias cuenta con el precedente directo de la acción colectiva ejercida por el Ayuntamiento de Madrid frente a dos empresas de venta fuera de establecimiento comercial, en la que el Juzgado de lo Mercantil nº 12 de Madrid dictó el 1 de junio de 2015 sentencia estimatoria de la pretensión municipal de cesación de los treinta y seis tipos de actos de engaño y prácticas agresivas identificados en la actuación de ambas empresas y que se relacionaban en la demanda presentada por el Ayuntamiento de Madrid.

IV.2. ACTIVIDADES DE INSPECCIÓN

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

Para llevar a término el cumplimiento de estos objetivos se realizan actividades programadas de inspección, actuaciones que tienen su origen en denuncias y reclamaciones de las personas consumidoras y actuaciones en seguridad de los productos y toma de muestras.

Durante 2017 los servicios municipales de consumo han realizado las siguientes actuaciones:

- Nº campañas de inspección ⇒ 16
- Nº inspecciones en campaña ⇒ 12.811
- Nº de actuaciones fuera de campaña ⇒ 442
- Total inspecciones ⇒ 13.253
- Nº productos controlados ⇒ 6.850
- Nº de actas levantadas en total ⇒ 3.993

Campañas de Inspección. Año 2017			
	Inspecciones realizadas	Productos controlados	Nº de Actas
SERVICIO DE INSPECCIÓN DE CONSUMO + DISTRITOS MUNICIPALES			
Campaña de Navidad	479	2.010	126
Control general de establecimientos	4.376	0	1.749
Promoción de ventas	2.033	0	N/A (*)
SUBTOTAL	6.888	2.010	1.875
SERVICIO DE INSPECCIÓN DE CONSUMO			
Campaña:			
Toma de muestras	156	156	156
Seguridad de los productos (Red de Alerta)	1.850	0	390
Venta por Internet	60	0	31
Ópticas	255	751	92
Publicidad Engañosa	67	0	22
Material Escolar	107	540	29
Joyerías	332	846	190
Etiquetado de textil	N/A	440	N/A
SUBTOTAL	2.827	2.733	910
DISTRITOS MUNICIPALES			
Campaña:			
Control general de venta ambulante y mercadillos	688	896	164
Aparcamientos	514	0	204
Arreglos de ropa	801	0	334
Reformas del hogar	585	0	265
Puericultura en bazares	508	1.211	206
SUBTOTAL	3.096	2.107	1.173
TOTAL CAMPAÑAS	12.811	6.850	3.958
Otras actuaciones (Oficio, denuncias, reclamaciones, y no programadas)	442	0	35

(*) N/A significa que se levantó acta conjuntamente 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.

Actuaciones por denuncias o reclamaciones

El Servicio de Inspección de Consumo, a través de la Oficina Municipal de Investigación de Consumo, ha tramitado en 2017 un total de 404 expedientes remitidos por el Servicio de Información al Consumidor, los servicios de consumo distritales, la Administración del Estado (Ministerio del Interior) o la Comunidad de Madrid (Direcciones Generales de Comercio y Consumo y de la Mujer), al apreciar en ellas alguna irregularidad de la empresa afectada que requiere la realización de actuaciones inspectoras en aplicación de las normativas de consumo, comercio o espectáculos públicos y actividades recreativas.

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

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, se pone en marcha el mecanismo de Red de Alerta.

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.

Con objeto de aumentar la eficacia en este tipo de actuaciones, hay establecido un marco de cooperación entre el Instituto Municipal de Consumo y la Unidad de Medio Ambiente de la Policía Municipal para la localización y retirada del mercado de productos peligrosos. Estas acciones por parte de la Policía Municipal se complementan con las realizadas por el Instituto Municipal de Consumo con el objetivo de localizar y retirar del mercado productos falsificados.

En la siguiente tabla se resumen las actuaciones realizadas en este ámbito durante el año 2017.

Actuaciones Red de Alerta. Año 2017	
Nº Actuaciones TOTALES	1.918
Instituto Municipal de Consumo	1.850
Policía Municipal	68
Nº Actas levantadas	412
Instituto Municipal de Consumo	390
Policía Municipal	22
Nº Productos retirados	2.978
Instituto Municipal de Consumo	2.758
Policía Municipal	220

IV.3. ACTUACIONES SANCIONADORAS Y MEDIDAS PREVENTIVAS

En las actas que levantan 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 Instituto Municipal de Consumo en el año 2017 ha sido de 290 y la cuantía de las multas impuestas ascendió a 1.262.592 euros.

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 Servicio de Inspección de Consumo ha mantenido reuniones técnicas, en materia de inspección y control del mercado, entre otras, con las siguientes asociaciones, entidades y organismos públicos: La ÚNICA (Asociación Madrileña de Empresario de Alimentación y Distribución), COCEM (Confederación de Comercio Especializado de Madrid), ANGED (Asociación Nacional de Grandes Empresas de Distribución), ASEDAS (Asociación Española de Distribuidores, Autoservicios y Supermercados), ACES (Asociación de Cadenas Españolas de Supermercados), CEC (Confederación Española de Comercio), ACEMA (Asociación de Comerciantes de Electrodomésticos Mayoristas y Autónomos), ACOTEX (Asociación Empresarial del Comercio Textil y Complementos), Asociación de Comerciantes del Calzado, ASTYLCAM (Asociación Profesional de Tintorerías y Lavanderías de la Comunidad de Madrid), Asociación Española de joyeros, plateros y relojeros, Gremio de joyeros, plateros y relojeros de Madrid, ASEMCOM (Fundación del mueble), Gas Natural Fenosa, Unidad de Policía Municipal de Medio Ambiente, Dirección General de Comercio y Consumo de la Comunidad de Madrid, el Defensor del Pueblo y el Ministerio de Educación, Cultura y Deporte.

Convenio de colaboración sobre control de la publicidad

Una actuación novedosa en 2017, es la suscripción de un convenio de colaboración entre el Ayuntamiento de Madrid y la Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial (AUTOCONTROL).

Este convenio establece un marco de colaboración que permitirá complementar la información necesaria para las actividades de investigación y control de la publicidad engañosa en lo que afecta a los derechos de los consumidores. A nivel europeo se está evolucionando hacia mecanismos 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.

LÍNEA DE ACCIÓN V

PARTICIPACIÓN, COLABORACIÓN Y COORDINACIÓN EN CONSUMO

Dentro de esta línea de acción, el Instituto Municipal de Consumo viene desarrollando diferentes actividades de coordinación y de colaboración con los distritos y otros órganos municipales, así como con los servicios de consumo de la Comunidad de Madrid. Se indican a continuación las principales acciones realizadas en este ámbito durante el ejercicio 2017.

V.1. COORDINACIÓN Y COLABORACIÓN INTERADMINISTRATIVA

Colaboración y coordinación con los Distritos

El Acuerdo de 29 de octubre de 2015 de la Junta de Gobierno de la ciudad de Madrid de organización y competencias del Área de Gobierno de Salud, Seguridad y Emergencias atribuye al Instituto Municipal de Consumo la de dirigir, coordinar y efectuar el seguimiento y evaluación de las actuaciones en materia de consumo no alimentario realizadas por los distritos. En el ejercicio de esta competencia, durante el año 2017 se han realizado las siguientes actuaciones:

- **Revisión y actualización de la Instrucción relativa al funcionamiento de la Oficina Municipal de Información al Consumidor de la Ciudad de Madrid**

La instrucción relativa a la coordinación del funcionamiento de la OMIC, aprobada el 5 de febrero de 2013 precisaba actualización para su adaptación a las estipulaciones del nuevo convenio suscrito con la Comunidad de Madrid, las nuevas leyes reguladoras del procedimiento administrativo y el desarrollo de la nueva aplicación informática para la tramitación de expedientes de OMIC.

Para realizar esta revisión se creó un grupo de trabajo *ad hoc* integrado por personal técnico de los Departamentos de Servicios Sanitarios Calidad y Consumo de los Distritos y de los servicios del Instituto Municipal de Consumo.

El borrador de la Instrucción revisado y redactado por este grupo, se circuló a los Departamentos de Servicios Sanitarios, Calidad y Consumo de los distritos para la formulación de sugerencias y observaciones, para conformar el documento que finalmente fue aprobado por Decreto de 16 de junio de 2017, del Delegado del Área de Gobierno de Salud, Seguridad y Emergencias.

Como consecuencia de la citada revisión, se plasmó la necesidad de elaborar un cuadro Excel que incluyera las modificaciones puntuales debidas a cambios legislativos, adscripciones a juntas arbitrales, cambios de domicilios empresariales, o cualquier aclaración sobre la sistemática de la tramitación de reclamaciones y sus criterios de aplicación, que es remitida puntualmente a los Distritos tras cada actualización.

- **Nueva aplicación informática para la gestión de Expedientes de las OMIC en el entorno SIGSA**

Durante el 2017 se ha trabajado en colaboración con Informática del Ayuntamiento de Madrid (IAM) y el Servicio de Soporte a la Implantación Electrónica, en el desarrollo e implantación de una nueva aplicación informática para la gestión de expedientes de las OMIC, en el entorno de SIGSA. A partir del 3 de mayo de 2017, comenzó en todas las oficinas de la OMIC la incorporación de todos los expedientes en esta nueva plataforma para su tramitación, coexistiendo con la antigua herramienta informática hasta la finalización de los que se encontraran iniciados hasta esa fecha. A lo largo del año se ha trabajado en

coordinación con los distritos y el servicio competente en materia de administración electrónica para la resolución de incidencias en estos primeros meses de implantación.

En este ejercicio se ha trabajado también en colaboración con un grupo de inspectores de calidad y consumo de los distritos en la revisión de todos los modelos de comunicaciones con reclamantes y empresas reclamadas con el objetivo de proceder a su actualización y promover una comunicación clara con los interesados/as.

- **Comisión informativa de Régimen Sancionador de consumo y de Identificación de cláusulas abusivas en los contratos**

El 17 de mayo de 2013 se creó la Comisión Informativa de Régimen Sancionador de Consumo del Ayuntamiento de Madrid. La experiencia acumulada en la actividad que ha venido realizando este órgano colegiado aconsejó que el análisis de las cuestiones relativas al procedimiento sancionador de consumo fuera complementado con el de las condiciones generales utilizadas por las empresas en su contratación con las personas consumidoras, con la finalidad de identificar las cláusulas abusivas que puedan incluir y reaccionar jurídicamente frente a ellas.

La nueva regulación municipal relativa a los órganos colegiados hizo que esta comisión se sustituyera por la Comisión de Régimen Sancionador de Consumo y de Identificación de Cláusulas Abusivas del Ayuntamiento de Madrid que fue aprobada por Decreto de la Alcaldesa de 9 de septiembre de de 2016. Con fecha 3 de febrero de 2017 se produjo el nombramiento de los miembros que integran esta comisión.

Su objetivo es la resolución de consultas formuladas por los distritos referidas tanto al análisis de condiciones generales de contratación como a cuestiones relacionadas con al ejercicio de potestad sancionadora en materia de consumo.

En la sesión constitutiva de la Comisión celebrada el 31/03/2017 se acordó por unanimidad, con la finalidad de agilizar el funcionamiento del órgano colegiado, que el estudio de las cláusulas abusivas de los contratos se realice principalmente a través de comunicaciones por correo electrónico. Este trabajo ha sido complementado con tres reuniones presenciales a lo largo del 2017 que tuvieron lugar el 16 de marzo, el 26 de junio y el 27 de noviembre, respectivamente.

Como resultado de estos trabajos fueron aprobados los siguientes documentos:

- ✓ Un documento interno de normas de funcionamiento de la citada comisión
- ✓ Los informes de dos documentos de condiciones contractuales utilizados por dos empresas de venta de muebles y otro de una empresa de alquiler de automóviles.

- **Actividad inspectora y de control del mercado**

Se han mantenido 4 reuniones con los representantes de los Departamentos de Servicios Sanitarios, Calidad y Consumo, los/as Jefes/as de Sección de Gestión de Calidad y Consumo de los 21 Distritos y de División de OMIC, incluyendo en el orden del día aquellas actuaciones y materias que requerían una puesta en común en lo que respecta a la actividad inspectora o a la desplegada por la OMIC.

- **Mantenimiento del espacio Ayre/distritos/Consumo**

Durante 2017 se ha continuado con las labores de mantenimiento del espacio dedicado a consumo en la intranet municipal, Ayre, incluyendo los documentos de trabajo necesarios para unificar los criterios de actuación en las labores desarrolladas, eliminando aquellos contenidos no vigentes. Dentro de este espacio se publican, entre otros documentos, informes técnicos, planes de acción, memorias de actividad así como instrucciones, así como procedimientos y resultados de evaluación de los sistemas de calidad implantados en los servicios de consumo.

- **Gestión de las campañas de inspección de consumo a realizar por los distritos en 2017, a través del foro Ayre/distritos/consumo**

A través de este foro, integrado en el espacio Ayre y restringido a las campañas de inspección, el personal que desarrolla estas labores puede aportar alegaciones y sugerencias a los protocolos de las campañas, así como mantener una gestión conjunta y simultánea de las incidencias surgidas con ocasión de su ejecución.

En 2017 se ha realizado la programación de 8 campañas de inspección, determinando las directrices para su ejecución a través del foro. Las campañas incluidas han sido:

- ✓ Inspección y control de Aparcamientos
- ✓ Inspección y control de establecimientos de arreglo de ropa
- ✓ Inspección y control de Servicios de Reparación y Reformas del Hogar
- ✓ Inspección y control de Artículos de Puericultura.
- ✓ Inspección y control de venta ambulante.
- ✓ Inspección y control general de establecimientos
- ✓ Inspección y control de promoción de ventas
- ✓ Campaña de Navidad.

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. Ha destacado la participación en todas las campañas de inspección y control con la elaboración de un informe como respuesta a las consultas formuladas. En total este foro ha sido visitado en 1.360 ocasiones por personal municipal.

Colaboración de la OMIC Central con el Servicio de Emergencia Residencial

Este programa en 2017 ha estado en gran parte dedicado a la atención de las consultas referidas a cláusulas suelo y se ha mantenido también la colaboración con el Área de Equidad, Derechos Sociales y Empleo, a través del Servicio de Emergencia Residencial, facilitando a través del programa de Asesoramiento en la gestión de la economía doméstica asistencia y orientación jurídica para la resolución de las consultas referidas adquisición, alquiler de vivienda y créditos hipotecarios, formuladas por personas derivadas de dicho servicio, a través del sistema de cita previa corporativo.

Participación en el proyecto “Ciudades amigables con las personas mayores”

La Red Mundial de Ciudades Amigables con las personas mayores es un proyecto promovido por la Organización Mundial de la Salud que surge en respuesta a dos realidades constatadas: el progresivo envejecimiento de la población mundial y la tendencia a vivir en las ciudades. El Ayuntamiento de Madrid se integró en este proyecto habiendo realizado un diagnóstico inicial, al que siguió la formulación de plan estratégico de acción, en cuyo desarrollo ha venido colaborando el Instituto Municipal de Consumo, junto con las restantes áreas del gobierno municipal, a través de un grupo de trabajo constituido al efecto.

A este plan de acción, el IMC contribuye con actividades de información y divulgación sobre consumo, destinadas específicamente al colectivo de las personas mayores. Durante el año 2017 se han puesto en marcha las actuaciones incorporadas al Plan de acción Madrid Ciudad Amigable con las personas mayores (2017-2019) que se describen a continuación y que están integradas dentro del eje “Entorno social”, Área “Comunicación e Información” de este plan estratégico:

- *Instalación de puntos informativos en materia de consumo en centros de mayores*, que se enmarca dentro del objetivo de informar sobre consumo a la población de personas mayores. Para ello, se han instalado 21 puntos informativos en centros de mayores para responder a las consultas formuladas en materia de consumo y se ha distribuido material

- divulgativo adaptado a este colectivo, cumpliendo el indicador propuesto. Los usuarios atendidos en este punto han sido 3.593, superando el objetivo fijado en 2.500.
- Revisión y actualización de la guía "Las personas mayores y el consumo". Durante este año se ha realizado una revisión exhaustiva de esta guía para adaptarla a las novedades legislativas, considerando también los asuntos que son objeto de mayor número de reclamaciones por parte de las personas mayores. Su difusión se ha hecho en formato electrónico a través de la web madrid.es. También se ha editado en formato impreso para su distribución en las oficinas de la OMIC y en los puntos de información sobre consumo de los centros de mayores y otros espacios. Se ha cumplido en su totalidad los indicadores fijados en dicha acción, con una distribución de 10.000 ejemplares en 69 puntos de distribución de este guía durante este año.

Participación en órganos colegiados y grupos de trabajo municipales

Durante el ejercicio 2017 el Instituto Municipal de Consumo colabora en el desarrollo de los trabajos, planes o estrategias de otras áreas municipales, a través de la integración en mesas de trabajo u órganos colegiados a título propio dentro de las materias de su competencia y/o como vocal representante del Área de Gobierno de Salud, Seguridad y Emergencias en los siguientes órganos colegiados o mesas de trabajo municipales.

- ✓ Mesa del Pacto de Milán
- ✓ Consejo Consultivo de la Economía Social
- ✓ Foro de empresas por Madrid
- ✓ Consejo de Comercio de la Ciudad de Madrid
- ✓ Comisión de Patrocinios
- ✓ IFEMA.

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

A finales de 2017, se tramitó una adenda de prórroga del convenio suscrito en materia de consumo entre la Comunidad de Madrid y el Ayuntamiento de Madrid, con el objetivo de mantener los cauces de colaboración, participación y asistencia que vienen desarrollando ambas administraciones, para lograr así una protección más eficaz de las personas consumidoras y una distribución más eficiente de los recursos destinados a este objetivo.

El Convenio abarca todos los aspectos de la actividad de los servicios de consumo como son la información y formación a las personas consumidoras; la tramitación de sus reclamaciones, denuncias y solicitudes de arbitraje; el control de los productos y servicios puestos a disposición de los madrileños, mediante la inspección y el procedimiento sancionador, así como la implantación de las buenas prácticas y el autocontrol en las empresas madrileñas.

En cuanto al contenido del convenio cabe destacar los siguientes aspectos:

- Los servicios de consumo de ambas administraciones realizan de manera coordinada actividades de información y formación de los consumidores madrileños, 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. En este ámbito cabe destacar como novedad importante, el inicio de la remisión de los expedientes entre ambas administraciones en formato electrónico, a través de sus correspondientes registros, tal y como establece la legislación relativa al régimen jurídico de las Administraciones públicas.
- El Ayuntamiento de Madrid colabora en la distribución de hojas del SUR al empresariado madrileño, directamente o a través de determinadas organizaciones empresariales con las que se tiene suscritos convenio para realizar dicha distribución, tal y como prevé la Ley de Protección de los Consumidores de la Comunidad de Madrid.

- Se establecen criterios comunes para la tramitación de solicitudes de arbitraje, junto con la delimitación de los asuntos que compete resolver a cada administración. Asimismo, la Comunidad y el Ayuntamiento de Madrid se prestan apoyo para el traslado y resolución ágil de las solicitudes de arbitraje y para la difusión y fomento del Sistema Arbitral de Consumo.
- Con respecto a la inspección de consumo, se disponen protocolos comunes en el desarrollo de los controles y en la selección de sectores inspeccionados, así como en los procedimientos sancionadores, de toma de muestras y de Red de Alerta. En este ámbito, se han mantenido reuniones periódicas referidas a la acción inspectora y sancionadora a fin de estar coordinados y el IMC ha participado en campañas de inspección propuestas por la administración autonómica a las entidades locales para el ejercicio 2017.

- **Participación en los órganos de consumo autonómicos**

El Instituto Municipal de Consumo participa en el Pleno del Consejo de Consumo de la Comunidad de Madrid y en su Comisión Permanente, a través de la Dirección General de Consumo, así como en algunas de sus comisiones, como la de Códigos de Buenas Prácticas.

A lo largo del año 2017, el Instituto Municipal de Consumo ha participado en las reuniones del Pleno del Consejo y de su Comisión Permanente, para informar sobre los proyectos normativos elaborados por distintas Consejerías de la Comunidad de Madrid.

V.2. PARTICIPACIÓN CIUDADANA EN CONSUMO

El Consejo Municipal de Consumo

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

Al comienzo de la presente legislatura se produjo la renovación de su composición, como es preceptivo al constituirse la nueva corporación municipal. En esta última renovación se produjo la incorporación de dos nuevos vocales con voz y sin voto, como expertos en materia de las líneas de trabajo que está impulsando la corporación municipal en materia de consumo sostenible y de fomento del Comercio Justo. También se incorporó un nuevo vocal en representación de las organizaciones empresariales de mayor implantación en la ciudad de Madrid, en concreto, la Confederación de Comercio especializado de Madrid (COCEM).

El Pleno del Consejo se reunió el 8 de mayo de 2017. En esta reunión se hizo un amplio resumen del estado de ejecución del Plan de acción en materia de consumo 2017 y del Plan de Impulso del Consumo Sostenible. Los borradores de ambos documentos fueron circulados en su momento a los miembros del Consejo para recibir sus aportaciones.

En lo que respecta al Plan de acción en materia de consumo 2017 se detallan las actuaciones realizadas en cada una de sus líneas de acción. Se da cuenta de la presentación pública del PICS, que fue realizada por la Alcaldesa de Madrid el 17 de abril, a la que fueron invitados los miembros del Consejo, así como de los trabajos efectuados hasta la fecha y la previsión para el ejercicio en curso.

En otro punto del orden del día se presenta para la formulación de observaciones el informe realizado por la Oficina de Investigación de Consumo referido a la desprotección del comprador de entradas a través de reventa no autorizada.

La Comisión de Consumidores, por su parte, se reunió el día 23 de noviembre de 2017, para tratar como punto único la campaña informativa preparada por el Instituto Municipal de Consumo en desarrollo del Plan de Impulso del Consumo Sostenible y de las conclusiones obtenidas del estudio sobre pobreza energética en la ciudad de Madrid realizado en 2016, que determinan la

conveniencia de actuar con una acción informativa sobre el colectivo de personas que se encuentran en situación de vulnerabilidad energética, con un enfoque preventivo.

Para ello el Instituto Municipal de Consumo propone originalmente un conjunto de 18 fichas informativas, cuyo contenido se presenta a las asociaciones para recibir sus propuestas de modificación o de incorporación de nuevos materiales. Esta información servirá de soporte para la atención presencial a las personas consumidoras a través del programa de asesoramiento en la gestión de la economía doméstica, para lo cual se recaba la colaboración de los técnicos designados por las asociaciones de consumidores. Se desarrollará también en medios de comunicación una campaña sobre consumo sostenible que incluirá como uno de sus ámbitos la energía.

Colaboración con las organizaciones de consumidores

Durante el año 2017 se han mantenido las dos líneas de colaboración existentes con las ocho asociaciones de consumidores integradas en el Consejo Municipal de Consumo, a través de prórroga dos tipos de convenios bilaterales para la realización de programas de orientación jurídica e información a las personas consumidoras y para el desarrollo del programa de asesoramiento en la gestión de la economía doméstica.

- **Convenios de orientación jurídica e información a los consumidores**

Estos convenios recogieron, como es tradicional, la ejecución de tres programas: orientación jurídica a las personas consumidoras, información en mercadillos municipales e información ejes comerciales. Las actividades realizadas en materia de información se han detallado en la Línea de Acción I.

En el programa de orientación jurídica a las personas consumidoras, técnicos/as jurídicos/as designados/as por las asociaciones e identificados como representantes de las mismas, ofrecen asistencia jurídica gratuita presencial en las dependencias de la OMIC Central, tras concertar la correspondiente cita previa, dando respuesta a las consultas planteadas en materia de consumo por las personas consumidoras.

Esta experiencia, que viene desarrollándose desde hace varios años, ha sido valorada muy positivamente por los/as usuarios/as. Se han ofertado un total de 1.680 horas de orientación jurídica este año, desarrolladas por las 8 asociaciones de consumidores que forman parte del Consejo Municipal de Consumo (210 horas por asociación).

- **Programa de asesoramiento en la gestión de la economía doméstica**

Se han firmado 8 adendas de prórroga de los convenios de colaboración con las asociaciones integradas en el Consejo Municipal de Consumo, que tienen como objetivos:

- ✓ Colaborar en las actividades de difusión del Programa.
- ✓ Prestar asesoramiento gratuito y personalizado en materia económica a los/as ciudadanos/as que lo solicitan en la OMIC Central.
- ✓ Colaborar en la realización de la evaluación y seguimiento del programa.

En el marco de estos convenios se han ofertado un total de 800 horas de asistencia directa.

Como fruto de la colaboración con las asociaciones de consumidores instrumentada a través de estos convenios, se construyó en la fase inicial del programa un especial informativo de asesoramiento en la gestión de la economía doméstica, dentro de los contenidos de consumo de la página web corporativa www.madrid.es/consumo, y a los que también puede accederse a través de enlaces incorporados en las páginas web de las distintas asociaciones de consumidores. Este espacio dispone, además de una herramienta de cálculo del presupuesto personal o familiar, de 14 materiales divulgativos, 8 de los cuales se desarrollaron en colaboración con las asociaciones de consumidores.

LÍNEA DE ACCIÓN VI

CONSUMO RESPONSABLE

VI.1. MADRID, CIUDAD POR EL COMERCIO JUSTO

Madrid recibió la acreditación como "Ciudad por el Comercio Justo" en octubre de 2011, reconocimiento que ha mantenido desde entonces a través del cumplimiento de los criterios que establece el Programa Internacional de Ciudades por el Comercio Justo y que son sometidos a evaluación cada dos años a través de los correspondientes indicadores.

El Foro Municipal de Comercio Justo

El Foro Municipal de Comercio Justo (en adelante, FMCJ) es un órgano colegiado de asesoramiento, seguimiento y coordinación en el que están representada la Administración municipal, las organizaciones de consumidores, el área vecinal, las ONGs de Comercio Justo y la Asociación del Sello de Comercio Justo, el sector empresarial, así como la entidad responsable del Programa Internacional de Ciudades por el Comercio Justo en España.

El FMCJ lleva a cabo un conjunto de iniciativas y actividades reflejadas en programas de trabajo bienales. El Programa de trabajo 2016-2017 fue aprobado por unanimidad en sesión del Foro de 29 de febrero de 2016, y en él se recogen la planificación y calendarización de acciones para su desarrollo en ambos ejercicios.

En 2017 el FMCJ se reunió una vez, el 3 julio de 2017, con el objetivo de llevar a cabo la presentación a sus miembros del Informe Diagnóstico 2014-2016 (valoración cada dos años del cumplimiento de los cinco criterios del Programa Internacional de Ciudades por el Comercio Justo) y dar cuenta de las actuaciones desarrolladas en el marco del Programa de Trabajo durante el primer semestre de 2017.

Colaboración con las organizaciones de Comercio Justo

En 2017 se ha prorrogado el Convenio de colaboración suscrito, en el ejercicio anterior, con las organizaciones de Comercio Justo de Madrid con las que el Ayuntamiento de Madrid colabora habitualmente: la Asociación Proyde, la Asociación Setem MCM, la Cooperativa Iniciativas de Economía Alternativa y Solidaria (IDEAS), la Fundación Ayuda en Acción, la Fundación Comercio para el Desarrollo (COPADE), la Fundación Intermon Oxfam, la Fundación Taller de Solidaridad y la Asociación del Sello de Productos de Comercio Justo (Fairtrade-Ibérica).

Los objetivos de este convenio son los siguientes:

- Promover y difundir el consumo responsable y el Comercio Justo, y dar a conocer sus valores entre la ciudadanía de Madrid.
- Participar en actividades relacionadas con el programa de trabajo del FMCJ.
- Colaborar en acciones de información y difusión sobre el Comercio Justo hacia la ciudadanía de Madrid y el sector empresarial de la ciudad.
- Favorecer la disponibilidad y oferta de los productos de Comercio Justo en la ciudad de Madrid.

Actuaciones sobre Comercio Justo en 2017

En el desarrollo del programa bienal de trabajo del FMCJ, en el ejercicio 2017 se han realizado las acciones que se indican a continuación:

- Con motivo de la celebración del Día Internacional de la mujer trabajadora (8 de marzo) y del Día Internacional de la Eliminación de la Violencia contra la mujer (25 de noviembre), se desarrollaron en los Espacios de Igualdad Juana Doña del distrito de (Arganzuela) y María Zambrano (Chamberí), diversas actividades consistentes en: la organización de un taller sobre Comercio Justo y su impacto en la equidad de género en las comunidades productoras, en el primer caso, y en la proyección del documental "Fíos Fóra" (Hilos fuera), en el segundo. Estas acciones se desarrollaron por IDEAS y SETEM en colaboración con el Instituto Municipal de Consumo y el Área de Gobierno de Políticas de Género y Diversidad.
- El 15 de marzo de 2017, con ocasión del Día Mundial del Consumidor, se desarrollaron en Valladolid las Jornadas ciudadanas "Contribuyendo a los objetivos de Desarrollo Sostenible a través del consumo responsable y el Comercio Justo" en las que participó la Dirección General del Instituto Municipal de Consumo, dando a conocer su experiencia en materia de Comercio Justo y las actividades desarrolladas en los últimos ejercicios, enmarcando este trabajo dentro de la línea de acción de fomento del consumo sostenible.
- El Día Mundial del Medio Ambiente (4 de Junio), el Ayuntamiento de Madrid organizó un conjunto de actividades en el Paseo del Prado, centradas en la alimentación sostenible y el Pacto de Milán. Las Organizaciones de Comercio Justo de Madrid participaron con el Instituto Municipal de Consumo mediante el montaje de un stand de sensibilización sobre Comercio Justo, en el que se distribuyó material divulgativo sobre Comercio Justo y sobre consumo sostenible. Se realizó un taller de chapas, con temáticas y símbolos relacionados con el Comercio Justo y sus 10 criterios, dirigido al público infantil.
- El Instituto Municipal de Consumo, como en años anteriores, encargó a una de las organizaciones de Comercio Justo de Madrid (SETEM MDC) la organización de una actividad conmemorativa del Día mundial de Comercio Justo 2017, en la que participaron las organizaciones del grupo Madrid de Comercio Justo (Oxfam Intermon, Ayuda en Acción, Setem, Copade, Taller de Solidaridad, Proyde, Fairtrade Ibérica e IDEAS).

La actividad tuvo lugar en la Plaza de Felipe II, el segundo sábado de mayo (13 de mayo), coincidiendo con esta celebración a nivel mundial. Se organizaron actividades culturales, como cuentacuentos para público infantil y música, exposición y venta de más de 150 productos de alimentación y artesanía, talleres de sensibilización para niños y niñas y puestos de comunicación y visibilización del Comercio Justo a través de la organización de un photocall. Cabe destacar el desarrollo de algunas actividades nuevas como un taller de cocina con productos de Comercio Justo, una cata de té y un recital de poesía. La difusión de esta actividad se realizó a través de una campaña de comunicación en redes sociales y medios de comunicación. Adicionalmente, durante la semana del 8 al 13 de mayo se proyectaron videos en las pantallas del cine Capitol y FNAC.

- La Campaña divulgativa sobre el Comercio Justo en stands informativos se ha desarrollado, como cada año, en ejes comerciales y mercadillos. Se han distribuido 1.500 folletos de Comercio Justo con la participación de las Asociaciones de Consumidores y la coordinación del Instituto Municipal de Consumo, arrancando el 15 de Marzo, que coincidió con la conmemoración del Día Mundial de los Derechos del Consumidor.
- Coincidiendo con la celebración del Open Day de Comercio Justo y el mes Fairtrade, el 26 de octubre, Madrid albergó el *IV Encuentro Estatal de Ciudades por el Comercio Justo*, desarrollándose el evento en el auditorio Caja de Música del Palacio de Cibeles, sede del Ayuntamiento de la Madrid.

El objetivo que se perseguía era generar un espacio de intercambio de experiencias y conocimiento entre los agentes públicos, sociales y empresariales de los municipios del Estado español que trabajan para desarrollar el modelo de Ciudades por el Comercio Justo. En él participaron más de 100 representantes de 22 municipios de todo el Estado español, destacando también los de otras ciudades europeas, como los fundadores de la campaña en Garstang (Reino Unido), así como los de la campaña belga, pioneros en la introducción del sexto criterio que se encuentra vinculado al consumo de productos locales. Participaron como ponentes representantes de municipios con experiencia de trabajo en comercio justo como Córdoba, Getxo, León, Lugo, Bilbao, Zaragoza y Madrid, así como de una comunidad

productora. Fueron además muy interesantes, entre otras, las aportaciones derivadas de la colaboración entre el sector empresarial y el movimiento de comercio justo.

Las ponencias y mesas redondas se completaron con talleres participativos de los que se extrajeron como conclusiones destacadas: la propuesta de definición de un sistema de verificación y seguimiento del progreso de los criterios del programa Ciudad por el Comercio Justo; la posibilidad de seguir impulsando el Comercio Justo mediante la incorporación de un sistema de premios para las ciudades, así como la de conformar un sexto criterio que permita interconectar el comercio justo con otros movimientos y realidades locales.

Esta jornada ha constituido para nuestra ciudad la antesala de lo que será la XII Conferencia Internacional de Ciudades por el Comercio Justo, que se celebrará en Madrid en 2018.

- Se han realizado diferentes acciones de información y sensibilización dirigidas al sector empresarial. Así Fairtrade Ibérica ha promovido en Madrid durante los días del 12 al 14 de Mayo, la campaña denominada "World Fairtrade Challenge" que cuenta con una plataforma web internacional en la que se reflejan las acciones realizadas en cada país. A esta campaña cabe añadir la realizada anualmente por Alcampo, en el mes de marzo, basada en la promoción de estos productos y la distribución de folletos promocionales.

Dentro del Programa del Comercio Justo en el sector empresarial cabe destacar la participación del Foro de Empresas por Madrid, en el IV Encuentro Estatal de Ciudades por el Comercio Justo, a través de la responsable de la Dirección de Comunicación Institucional y RSE de Reale Seguros, que comunicó su experiencia de incorporación de productos de Comercio Justo y de Agricultura Ecológica en la sede central de la empresa que da servicio a un número elevado de personas empleadas. Además, Fairtrade Ibérica informó sobre la inserción del Comercio Justo en las empresas, especialmente en el sector de la hostelería, presentando, a su vez, Buenas Prácticas de países europeos donde el consumo de productos de Comercio Justo es considerablemente superior a la media europea.

Para la celebración del "Mes Fairtrade", Fairtrade Ibérica realizó en octubre varias actividades de difusión y comunicación del Comercio Justo, consistentes en exposición de fotografías, catas y desayunos de Comercio Justo; campañas de comunicación en redes sociales y medios, así como el lanzamiento de campañas para la promoción de alimentos en grandes superficies.

- En cuanto al fomento del Comercio Justo en centros educativos, cabe destacar la realización de actividades de formación en materia de consumo responsable y comercio justo, a través de talleres educativos dirigidos a escolares, dentro del programa de Formación en Materia de Consumo del Ayuntamiento de Madrid.

Por su parte, PROYDE en el marco del proyecto Centros Educativos por el Comercio Justo, ha seguido desarrollando, con sus propios medios, actividades de sensibilización, promoción y difusión del Comercio Justo en centros La Salle acreditados: San Rafael, Sagrado Corazón, Institución y La Paloma, organizando acciones el DMCJ, exposiciones y edición de materiales, meriendas solidarias e instalando puestos de venta de productos.

IDEAS ha desarrollado diferentes acciones de sensibilización dirigidas a la comunidad universitaria a través de su campaña de Universidades por el Comercio Justo. Las actividades más destacables de participación de las Universidades en torno a la promoción del Comercio Justo se realizaron coincidiendo con la celebración del Día Mundial.

- Respecto a la acción formativa de los empleados municipales cabe destacar la realización del curso sobre "Consumo sostenible y comercio justo" en sus dos ediciones (junio y septiembre, véase la línea de acción II).
- Se han realizado dos campañas informativas en mobiliario urbano referidas a Comercio Justo, se ha editado y distribuido el folleto "Madrid, una ciudad comprometida con el Comercio Justo", que se ha distribuido en diversos eventos y en los programas de información realizados en colaboración con las organizaciones de consumidores (véase la línea de acción I).
- Incorporación del Comercio Justo en la Compra Pública municipal: después de la aprobación por Decreto del 18 de Julio de 2016 del Delegado del Área de Gobierno de Economía y Hacienda, de la Instrucción 2/2016 sobre la incorporación de cláusulas éticas de comercio

justo en contratos, concesiones y autorizaciones en el Ayuntamiento de Madrid, sus organismos autónomos y entidades del sector público municipal, se ha observado una mayor contratación de servicios con productos de Comercio Justo desde las Áreas de Gobierno y de las Juntas de Distrito del Ayuntamiento de Madrid. En particular, cabe destacar la contabilización en 2017, según datos facilitados por la DG de Contratación y Servicios, de 50 contratos municipales tipo SARA en los que se ha incorporado el Comercio Justo con un importe de adjudicación de cerca 100 millones de euros.

Con el fin de seguir impulsando la Compra Pública Ética, en el mes de septiembre, IDEAS en colaboración con REAS Madrid, organizó un curso sobre "Contratación Pública Responsable". El Comercio justo también estuvo presente en las "Jornadas sobre contratación pública responsable" organizadas por el Ayuntamiento de Madrid, en noviembre.

- La V Feria de Economía Solidaria de Madrid se celebró los días 23 y 24 de septiembre en el Centro Cultural de la Casa del Reloj del distrito de Arganzuela. En ella participaron las organizaciones de Comercio Justo de Madrid mediante la exposición y venta de productos. Además se realizaron actividades de difusión y sensibilización acerca del consumo sostenible, realizándose una cata de té de Comercio Justo. La afluencia de público fue de aproximadamente 18.000 personas.

VI.2 PLAN DE IMPULSO DEL CONSUMO SOSTENIBLE DE LA CIUDAD DE MADRID (2016 - 2019)

El Plan de Gobierno contempla como una de las cinco actuaciones en materia de consumo el desarrollo de un plan estratégico que recoja un conjunto de acciones impulsadas por el Instituto Municipal de Consumo enfocadas al consumo ambiental, ética y socialmente sostenible.

La acción en materia de fomento del consumo responsable ha sido sostenida a en el tiempo como una de las líneas de actuación del IMC en el ejercicio de sus competencias y en cumplimiento de lo dispuesto en el título V de la Ordenanza de Consumo de la ciudad de Madrid: si bien la iniciativa ha partido generalmente de la Administración municipal, lo que ahora se busca con este plan es introducir una visión participativa, que permita dar cabida a iniciativas propuestas por entidades ciudadanas a escala de ciudad o de sus barrios. Se pretende también que el plan tenga un carácter transversal, incorporando acciones que se están realizando en otras áreas de gobierno y en los territorios y estar en línea con otros planes y estrategias municipales como la de Economía Social y Solidaria o la Estrategia alimentaria, entre otras.

Los trabajos realizados durante el año 2016 dieron lugar a la redacción del "Plan de Impulso del Consumo Sostenible de la ciudad de Madrid (2016-2019)" (PICS). Sus objetivos, líneas estratégicas y las acciones a desarrollar fueron formulados de manera participativa con numerosas entidades sociales, incorporándose también propuestas surgidas desde el tejido social de los distritos, así como de las áreas de gobierno implicadas y los miembros del Consejo Municipal de Consumo.

Marco conceptual

Los principios que conforman la base de desarrollo del PICS son su enfoque estratégico a medio plazo (2016-2019) para servir como elemento de transformación y cambio de cultura en los modelos de consumo tradicionales. Cabe destacar su metodología de elaboración ya que, desde su inicio, no ha sido concebido como un plan técnico, sino diseñado de modo plenamente participativo, para hacer confluir el conocimiento y experiencia del personal técnico municipal, de las organizaciones de consumidores y empresariales integradas en el Consejo Municipal de Consumo con otros saberes que parten de las iniciativas ciudadanas de la economía social y solidaria, de ámbito ciudad o territorial en sus distritos, poniéndolos en diálogo con expertos de otras ciudades y del campo universitario.

El PICS se ha formulado buscando también la transversalidad y coherencia con otras políticas y planes municipales en preparación, cuyos objetivos y resultados pueden tener clara incidencia en el consumo sostenible, en campos tan diversos como el de los derechos humanos, el fomento de la economía social y solidaria, así como del Programa Internacional de Ciudades por el Comercio Justo y la mesa de trabajo del Pacto de Milán.

Finalmente, como experiencias inspiradoras se han tomado en cuenta procesos en marcha en otras ciudades españolas, así como iniciativas y buenas prácticas desarrolladas en distintos municipios europeos.

Estructura y contenido del PICS

Como resultado del proceso anteriormente descrito, la estructura del PICS se basa en una matriz que comprende cinco ámbitos de actuación que se han considerado prioritarios con cinco líneas estratégicas comunes a todos ellos.

- **Ámbitos de actuación**

- Alimentación.
- Energía, movilidad y residuos.
- Finanzas y seguros éticos.
- Otros bienes de consumo.
- Ocio, turismo y cultura.

- **Líneas estratégicas**

- Sensibilización y visibilización del consumo sostenible entre la población de Madrid, con la finalidad de extender una nueva cultura del consumo y reforzar la información disponible.
- Cambios normativos que favorezcan la incorporación de prácticas de consumo sostenible.
- Impulsar el consumo sostenible en la práctica municipal, actuando de manera ejemplarizante como motor e impulsor del cambio.
- Apoyo y fortalecimiento de iniciativas ciudadanas vinculadas al consumo sostenible, así como al comercio y la empresa local, promoviendo su vinculación con el consumo sostenible.
- Impulso a los derechos sociales, reduciendo las dificultades de acceso a consumos básicos y apoyando una economía basada en los cuidados y la conciliación.

El contenido del PICS se concreta en 61 acciones, de las cuales 9 tienen carácter transversal al incidir en dos o más ámbitos del PICS.

Corresponde al Instituto Municipal de Consumo impulsar una parte de ellas en colaboración, en su caso, con otros agentes implicados, mientras que otras acciones se han incorporado a través de las reuniones mantenidas con distintas áreas municipales por formar parte de los proyectos que estaban desarrollando, dado el enfoque integrador con el que se ha diseñado el PICS.

Actuaciones en 2017

A inicios del ejercicio se procedió a la revisión del borrador del plan, analizando las observaciones formuladas por las áreas implicadas, por el proceso participativo realizado en los distritos y las observaciones de los vocales del Consejo Municipal de Consumo al que fue sometido a consulta en su sesión plenaria de 19 de diciembre de 2016.

El PICS fue presentado públicamente por la Alcaldesa de Madrid en una jornada celebrada en Medialab-Prado el 17 de abril de 2017, con asistencia de representantes de las distintas áreas municipales, de los grupos políticos, de los vocales del Consejo Municipal de Consumo y de numerosas entidades ciudadanas. Para difusión del plan en su presentación se elaboró un folleto divulgativo, realizándose un comunicado de prensa, texto para el blog del Ayuntamiento de Madrid e inserción en redes sociales.

Tras realizar el correspondiente análisis de viabilidad, el PICS fue aprobado por la Junta de Gobierno de la ciudad de Madrid en su sesión de 8 de junio de 2017. El documento del plan se encuentra publicado en www.madrid.es/consumo.

El 28 de noviembre de 2017 se celebró la jornada “Planes y estrategias municipales relacionadas con el consumo sostenible” que tuvo lugar en el Centro cultural Galileo y en la que, junto con Madrid, participaron representantes de las ciudades de Zaragoza y Barcelona para exponer sus proyectos en este ámbito. Esta jornada estuvo precedida por una sesión interna de coordinación entre distintos planes y estrategias que están desarrollando distintas áreas municipales (estrategia de economía social y solidaria, estrategia alimentaria y plan impulso del consumo sostenible).



A continuación se indican de modo resumido las principales acciones contenidas en el PICS que se han impulsado durante el ejercicio 2017, basadas en las disponibilidades presupuestarias existentes, sin perjuicio de la ejecución de otras acciones que se enmarcan en el ámbito competencial de otros servicios municipales y que fueron incorporadas al PICS a propuesta de ellos.

Entre las acciones de carácter transversal cabe destacar:

- Las campañas de difusión y comunicación dirigidas a la sensibilización ciudadana. Se ha desarrollado una imagen y logo identificativos del PICS, en diversos formatos, para su incorporación a todos los materiales que se enmarquen dentro de su desarrollo. Además de lo indicado en el apartado referido específicamente a Comercio Justo, se han realizado 3 campañas referidas a energía, finanzas éticas y una general sobre los objetivos del PICS, que han incluido inserción en medios de comunicación. Según los datos facilitados por la Dirección General de Comunicación, el porcentaje de interacción de las campañas un 3,4%, superior al 1,8% de media que obtienen las campañas del Ayuntamiento de Madrid.

Los materiales divulgativos desarrollados están disponibles en el espacio web dedicado a consumo sostenible, entre los que destacan un conjunto de 18 fichas informativas sencillas que sirven de soporte a la información personalizada para actuar en un enfoque preventivo de la pobreza energética en personas en situación de vulnerabilidad. Estas fichas contienen información sobre las claves para interpretar las facturas de gas y electricidad, incluyendo el análisis de consumo de gas y electricidad, los motivos de corte y derechos de reenganche, las distribuidoras y comercializadoras que operan en el mercado, las ayudas existentes para el ahorro y la eficiencia energética, el bono social, el etiquetado energético y las buenas prácticas de ahorro energético en el hogar y energías renovables, entre otros. También se han incorporado a este espacio, primer paso para el desarrollo del portal del consumo sostenible, los folletos divulgativos sobre el PICS y sobre otro de sus ámbitos de actuación: las finanzas y los seguros éticos (véase la línea de acción I).

- En cuanto a las acciones referidas a la creación de un portal sobre consumo sostenible y seguimiento de buenas prácticas, en 2017 se ha desarrollado la arquitectura del portal y los contenidos de cada uno de los elementos que la integran, que incluyen una revisión de buenas prácticas efectuadas en otras ciudades como iniciativas enfocadas al consumo sostenible, tanto a escala nacional como internacional. Se trata de construir una herramienta que proporcione información general sobre consumo sostenible y sobre cada uno de los cinco ámbitos del PICS, así como facilitar información sobre las actividades realizadas y su programación, así como incorporar textos divulgativos, enlaces, referencias y todos los materiales divulgativos de desarrollo propio. Se han iniciado los trabajos técnicos de creación de la estructura de contenidos dentro de la herramienta de gestión de la web corporativa municipal y, dada la complejidad de la información, está previsto en 2018 la incorporación paulatina de los distintos apartados que han de conformar el portal del consumo sostenible.
- En cuanto a la acción formativa para empleados municipales, se ha incorporado al programa municipal de formación un nuevo curso sobre “Consumo sostenible y Comercio Justo”, que se prevé tenga continuidad en posteriores ejercicios. En 2017 se ha configurado el programa y se han realizado dos ediciones presenciales. Este nuevo curso ha tenido muy buena acogida por los trabajadores municipales a quienes se les ha impartido con una buena valoración de los ponentes (véase la línea de acción II).
- Espacio de consumo sostenible. Durante el año 2017 se ha establecido la colaboración con el distrito Centro para la apertura de un espacio destinado a actividades de información, difusión, formación y promoción de iniciativas ciudadanas de consumo sostenible.

El espacio determinado por la Junta de distrito se ubica en la C/ Tribulete s/n, en el que se han estado realizando las obras de adaptación para que pueda utilizarse con este fin y otras iniciativas diseñadas por el distrito Centro. Durante 2017 se realizó la preparación de un contrato de servicios a adjudicar por procedimiento abierto, que finalmente quedó desierto. Durante el próximo ejercicio se planteará un nuevo contrato, que incluirá 3 lotes, incorporando espacios de otros dos distritos, que colaboran en esta acción. La programación de actividades se difundirá a través del portal del consumo sostenible.

- Incorporación de contenidos sobre consumo sostenible en el programa anual de formación en materia de consumo. En lo que respecta a centros escolares, la oferta formativa 2017 incluyó talleres sobre estas materias. De los 1.187 talleres escolares impartidos, 71 versaron sobre Comercio Justo, 13 sobre economía social, 2 sobre la trazabilidad de los productos, 40 sobre consumo sostenible de productos y servicios, 125 sobre alimentación sostenible y 39 sobre uso sostenible de la energía. También se han realizado sesiones formativas en centros de adultos con temáticas similares (véase también la línea de acción II). La acción formativa tendrá continuidad en el siguiente ejercicio.
- Se ha elaborado un borrador de contenidos de la guía de obligaciones normativas en materia de consumo para pequeñas empresas y entidades de economía social, que contempla otra de las acciones del PICS, cuya finalidad es asesorar y servir de apoyo a las entidades en el cumplimiento de la normativa en materia de consumo que deben respetar tanto en la venta de productos como en la prestación de servicios. La previsión es completar y difundir esta guía en el ejercicio 2018.

Entre las acciones de carácter sectorial referidas a los distintos ámbitos del Plan cabe destacar:

- En cuanto al ámbito de alimentación, se han desarrollado acciones preparatorias referidas a la acción huertos demostrativos en espacios del Área de Gobierno de Salud, Seguridad y Emergencias. La acción relativa al plan de trabajo del Foro Municipal de Comercio Justo ha sido ampliamente descrita dentro de esta misma línea de actuación. También en este ámbito, la acción relativa al compromiso por una estrategia alimentaria se está desarrollando al haberse integrado el IMC en la Mesa del Pacto de Milán, establecida por el Área de Gobierno de Coordinación Territorial, junto con otros departamentos municipales y agentes sociales, incorporando a la Estrategia alimentaria de Madrid las acciones con ella relacionadas y cuyo desarrollo corresponde a los servicios de consumo.

- En lo que respecta al segundo ámbito de actuación: energía, movilidad y residuos, a inicios de 2017 se realizó la revisión técnica del estudio sobre la situación de pobreza energética en la ciudad de Madrid realizado en 2016, procediéndose a su publicación. La acción referida a estudios de eficiencia energética en los hogares, se ha concretado en la realización de un estudio piloto denominado “Guía para la mejora de la eficiencia energética en los hogares de la ciudad de Madrid”. La mediación institucional con las compañías eléctricas se viene realizando a través de la actividad que, de modo continuado, despliega la OMIC Central, que se encarga de la gestión de las reclamaciones referidas a este sector.

Dentro de las medidas de este segundo ámbito se ha elaborado el “Estudio de alternativas para la implantación de rastrillos vecinales de segunda mano, reutilización, reciclaje y fabricación casera”, en el que se recogen iniciativas desarrolladas en distintas ciudades y su anclaje institucional, una opción para la regulación normativa, una propuesta identificativa para la homogenización de la imagen de estos mercadillos, estrategias y materiales de promoción de bajo coste, junto con una propuesta piloto para la aplicación práctica en dos distritos.

- En el campo de las finanzas y seguros éticos, se ha elaborado el contenido de una guía que tiene por objetivo acercar las finanzas y los seguros éticos a la ciudadanía, desde un punto de vista práctico y en dos aspectos que son complementarios complementarios: el ahorro en una entidad financiera ética y la financiación de actividades sostenibles desde un punto de vista económico, social y ambiental, tal y como propone otra de las acciones del plan.
- Finalmente, en el campo de otros bienes de consumo, para comenzar a abordar la novedosa acción referida a sellos y certificaciones sociales, se realizó una sesión formativa específica para un conjunto de trabajadores municipales sobre certificaciones sociales y sistemas participativos de garantía que tuvo lugar en marzo de 2017 en Medialab-Prado. Asimismo se ha efectuado una recopilación de documentación técnica sobre dichos sistemas y se han comenzado los trabajos de preparación de un pliego técnico y memoria económica para la contratación de un estudio de análisis de alternativas para la implementación de un sistema de certificaciones sociales.

VI.3 OTRAS ACTUACIONES EN MATERIA DE CONSUMO SOSTENIBLE

Fomento del consumo de madera sostenible

- **Utilización de productos forestales certificados**

La utilización racional de los recursos naturales constituye una de las preocupaciones esenciales de las sociedades actuales. En particular, el uso sostenible de la madera y sus derivados forestales se basa en la conservación y la explotación sostenible de los bosques.

Con este objetivo, mediante el vigente Decreto de 15 de junio de 2010, el Ayuntamiento de Madrid incorpora criterios ambientales y sociales en los contratos municipales de adquisición de productos forestales, fomentando el uso de los productos con certificación ecológica con sello FSC, PEFC o similar. Al igual que en años anteriores, el IMC ha editado en papel de fibra virgen con certificado ecológico las diferentes publicaciones y carteles impresos en 2017.



- **Coalición de la madera tropical sostenible**

En el ámbito de la madera sostenible, el Ayuntamiento de Madrid, a través del Instituto Municipal de Consumo, participó en el proyecto europeo *Sustainable Timber Action in Europe* (STAE) y, posteriormente, se integró en la coalición *Sustainable Tropical Timber Coalition* (STTC), junto con otros municipios, empresas, organizaciones no gubernamentales y diversos agentes sociales

Europeos. La STTC está liderada por la organización holandesa de colaboración público privada IDH, *The Sustainable Trade Initiative*, y tiene como fin último incrementar la demanda de madera tropical certificada como recurso natural de carácter sostenible en el conjunto de la Unión Europea.

El Ayuntamiento de Madrid desarrolló un plan de acción 2014-2015 con actuaciones de diagnóstico de la situación de compra de madera tropical en el Ayuntamiento de Madrid. Continuando con esta línea de trabajo, con fecha 16 de agosto de 2017, se firmó un nuevo convenio de colaboración entre el Ayuntamiento de Madrid y la Fundación Comercio para el Desarrollo (COPADEV), para el fomento de la utilización de la madera tropical certificada a través de la participación en la plataforma madera justa y en la coalición de la madera tropical sostenible. Este convenio supone la continuidad de la participación del Ayuntamiento de Madrid, a través del Instituto Municipal de Consumo en la coalición STTC e incorpora un plan de acción para el año 2017 que comprendió las siguientes acciones:

✓ Web de consumo sostenible.

Se ha incorporado en el espacio dedicado al Consumo Sostenible de la página web municipal, una sección específicamente referida a la madera tropical sostenible en la que se incluye un folleto divulgativo, un cartel de sensibilización y un conjunto de 6 documentos sobre iniciativas dedicadas a buenas prácticas promovidas por distintas entidades y referidas a estrategias sostenibles de explotación maderera.

✓ Buenas Prácticas

En colaboración con COPADEV se ha seleccionado un conjunto de 6 documentos que responden a diferentes iniciativas de buenas prácticas en relación con la adquisición o utilización de madera tropical sostenible, todas ellas circunscritas al ámbito nacional español.

✓ Talleres en centros educativos

Se han realizado 14 talleres de consumo dedicados al "Uso sostenible de los productos forestales y madera tropical" en diferentes centros escolares durante el último trimestre del año, dentro del Programa de Formación en Consumo del Ayuntamiento de Madrid 2017. Los asistentes a estos talleres han sido 347 alumnos de Educación Secundaria y Bachillerato.

✓ Ponencia en el IV Encuentro Nacional de Ciudades por el Comercio Justo.

Esta jornada que constituyó un espacio de encuentro al que asistieron representantes de 22 ciudades españolas así como ponentes internacionales, ha constituido un espacio muy adecuado para difundir los valores y objetivos de la Coalición de la Madera Tropical Sostenible entre las ciudades más comprometidas con el Comercio Justo y, en general, con lo relacionado al avance en la sostenibilidad urbana y la consecución de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) formulados por las Naciones Unidas.

En la mesa redonda dedicada a las Sinergias entre el sector empresarial, consumidores y organizaciones de comercio justo para el fomento del consumo responsable y del comercio justo se dedicó un espacio a "Madera Tropical, productos forestales de producción sostenible", contando con la participación de un técnico responsable de COPADEV.

✓ Folletos divulgativos

Se ha diseñado un folleto dedicado al fomento del consumo de madera tropical sostenible, cuyos principales contenidos son la definición de madera tropical sostenible, los beneficios de su uso, las alternativas de certificación (FSC, PEFC, Madera Justa) y un apartado especial dedicado a la STTC.

✓ Campaña de sensibilización promocionando el consumo de madera tropical sostenible.

Para ella se diseñó un cartel para mobiliario urbano, que bajo el lema "No es la huella que quieres dejar" trata de sensibilizar a la ciudadanía sobre los peligros de la deforestación y la necesidad de una gestión sostenible de las masas forestales de las selvas tropicales, proponiendo la explotación racional del recurso y el mantenimiento de la biodiversidad de especies. Se exhibió durante tres semanas en un circuito de 100 marquesinas de autobuses.

El convenio firmado con COPADE tiene un segundo ámbito de actuación, consistente en la promoción en el mercado de productos forestales de comercio justo con el sello Madera Justa y con el sello FSC en la ciudad de Madrid en el marco de la Plataforma Madera Justa.

Fomento de consumo de productos de la pesca sostenible certificada

Marine Stewardship Council (MSC) es una organización internacional sin ánimo de lucro que trabaja en la conservación de los océanos, a través de un programa de certificación de pesca salvaje y una ecoetiqueta aplicable a los productos pesqueros.

El Ayuntamiento de Madrid, a través del Área de Gobierno de Salud, Seguridad y Emergencias, y MSC firmaron el 25 de mayo de 2016 un nuevo convenio, que recoge actividades de difusión de dicha certificación para contribuir a que los madrileños conozcan los problemas asociados a la sobrepesca y esta alternativa de consumo responsable de productos del mar.

En ejecución de esta colaboración se ha realizado, como en años anteriores, una campaña de difusión sobre la pesca sostenible certificada, con la campaña "Mares para siempre" que tiene por objeto reforzar el compromiso de las personas consumidoras más concienciadas y elegir productos del mar con la ecoetiqueta MSC.

LÍNEA DE ACCIÓN VII

TRANSPARENCIA Y CALIDAD EN LA ACTUACIÓN MUNICIPAL

El Ayuntamiento de Madrid, a través de la Ordenanza de Transparencia de la Ciudad de Madrid, incorpora ésta como uno de los ejes fundamentales de actuación en la gestión pública municipal. Tal y como reconoce su preámbulo, la transparencia es una apuesta decidida por la modernización de la Administración y constituye al mismo tiempo un compromiso con la ciudadanía que no solo mejora la eficacia y rendimiento de la acción administrativa, al hacer públicos sus resultados, sino que legitima su actuación acercándola a ésta. De este modo los/as ciudadanos/as pueden conocer cuestiones relativas a la toma de decisiones que les afectan y al manejo de los fondos públicos y los poderes públicos se someten al control ciudadano para dar respuesta a una sociedad crítica, avanzada y participativa.

En cumplimiento de la citada ordenanza y de la Ley 19/2013, de 9 de diciembre, de transparencia, acceso a la información pública y buen gobierno, el Instituto Municipal de Consumo preveía en su Plan de acción 2017 la publicación, a través de la página web corporativa www.madrid.es/consumo, de una serie de documentos con información de carácter institucional, de planificación, otros relativos al ejercicio de su actividad, materiales divulgativos, así como cuestiones de relevancia jurídica.

Por otra parte, desde hace varios años, se viene implementando una política de mejora continua de la calidad de los servicios que se prestan a los/as ciudadanos/as a través de la acreditación conforme a la Norma ISO 9001 que tiene el Servicio de Inspección de Consumo y de la Carta de Servicios con que cuenta la Oficina Municipal de Información al Consumidor, que en 2015 fue certificada por AENOR, manteniendo actualmente dicha certificación.

VII.1 PUBLICIDAD ACTIVA

El Instituto Municipal de Consumo, en aras de la transparencia en la gestión municipal pública, durante el ejercicio 2017 ha publicado y/o actualizado a través de la página web municipal, entre otros, los siguientes contenidos, durante el ejercicio 2016:

- Plan de acción en materia de consumo 2017
- Memoria anual de actividad 2016
- Las campañas de inspección programadas en 2017 y sus protocolos con carácter previo a su ejecución
- Los informes de evaluación de las campañas de inspección ejecutadas
- Actualización de las empresas adheridas al Sistema Arbitral de Consumo y a los distintos Códigos de Buenas Prácticas sectoriales
- Los Códigos de Buenas Prácticas sectoriales aprobados y documentación asociada
- Los materiales divulgativos sobre consumo dirigidos a las personas consumidoras o a los sectores empresariales.
- Criterios interpretativos en materia de consumo.
- Actualización de la composición de los órganos colegiados constituidos: Consejo Municipal de Consumo y del Foro Municipal de Comercio Justo
- La Carta de Servicios de la OMIC y la información referida a su evaluación anual, incluyendo un informe relativo a la valoración ciudadana del servicio y la ficha técnica de la encuesta realizada.

- Los resultados de la encuesta de satisfacción del Servicio de Inspección, certificado conforme a la norma ISO 9001.

VII.2. PORTAL DE DATOS ABIERTOS

El Instituto Municipal de Consumo contribuye con información al Portal de Datos Abiertos del Ayuntamiento de Madrid, que posibilita que muchos de los datos y de la información que poseen las administraciones públicas, se publiquen de forma abierta, regular y reutilizable, sin restricciones de acceso, tomando como base una filosofía que permite impulsar la transparencia, la eficiencia, la participación ciudadana y el desarrollo económico.

Desde marzo de 2014 se encuentran disponibles como datos abiertos en los formatos CSV, GEO, RDF, XML las ubicaciones, horarios, datos de contacto de la Junta Arbitral de Consumo, de las 22 oficinas de la OMIC del Ayuntamiento de Madrid, con información georreferenciada, así como el listado de las empresas adheridas al Sistema Arbitral de Consumo y a Códigos de Buenas Prácticas, información que se mantiene vigente a través de la actualización del espacio de consumo de la web corporativa.

Otro de los contenidos del portal de datos abiertos es el denominado “Inspecciones de Consumo”. La información que se facilita en este conjunto de datos se acomoda a lo dispuesto en el artículo 17 de la Ordenanza de Transparencia de la ciudad de Madrid, y se refiere a las inspecciones de consumo realizadas por el Instituto Municipal de Consumo y los Distritos en los establecimientos ubicados en la ciudad de Madrid que ofertan productos y servicios a las personas consumidoras. 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 y están basados en la información recogida en la aplicación informática SIGSA sobre la que se gestiona la inspección municipal en materia de consumo.

VII.3. CARTA DE SERVICIOS DE LA OMIC



Como exponente de la política de calidad e implicación en la mejora del servicio prestado por el Ayuntamiento de Madrid, la OMIC cuenta desde 2008 con carta de servicios. En ella se recogen actualmente 7 compromisos con el ciudadano, que son evaluados anualmente por medio de un conjunto de 17 indicadores.

La revisión tiene que ver, en suma, con las indicaciones realizadas por la evaluación externa efectuada por AENOR y se relacionan con la concreción de umbrales temporales de cuantificación.

A este respecto y, como consecuencia de esta evaluación, la Carta de Servicios de la OMIC ha obtenido el Certificado AENOR, en reconocimiento y evidencia de la conformidad de su Carta de Servicios conforme a la norma UNE 93200:2008.

Durante el año 2017 se realizó la séptima evaluación de indicadores de la Carta, correspondiente al año inmediatamente anterior. Sus resultados reflejan los valores obtenidos en el conjunto de las 22 oficinas con que cuenta la OMIC.

Resultados de la evaluación de la Carta de Servicios de la OMIC realizada en 2017, sobre los datos de 2016		
Descripción del Indicador	Valor del compromiso	Resultado 2016
Porcentaje de personas usuarias satisfechas con la información y orientación recibidas en la OMIC	80%	88,83%
Satisfacción media de las personas usuarias con la preparación del personal de la OMIC para realizar su trabajo	8	8,14
Satisfacción media de las personas usuarias con la amabilidad y cortesía del personal que lo ha atendido en la OMIC	8	8,69
Satisfacción media de las personas usuarias con la claridad y comprensibilidad de la información recibida	8	8,55
Porcentaje de personas usuarias satisfechos con el trato recibido en la OMIC	80%	92,24%
Porcentaje de citas previas que se ofrecen con una demora igual o menor de 10 días naturales, en la OMIC	75%	96%
Porcentaje de citas previas en OMIC ofrecidas en un plazo de 20 días naturales	100%	100%
Porcentaje de reclamaciones que son tramitadas en la OMIC en un plazo máximo de 2 meses	80%	87,29%
Porcentaje de reclamaciones tramitadas en un plazo máximo de 6 meses	100%	98,86%
Porcentaje de mediaciones positivas para la persona consumidora en las que la OMIC municipal ha realizado labores de mediación	40%	50,81%
Porcentaje de reclamaciones sin resultado positivo informadas de posibles vías para su resolución	100%	98,65%
Quejas o reclamaciones recibidas al año en relación con una información no actualizada sobre la OMIC en la página web	-	0
Actualizaciones realizadas en la página Web de la OMIC	150	211
Porcentaje de sugerencias, reclamaciones y felicitaciones relativas a los servicios prestados por la OMIC contestadas dentro de los 15 días siguientes a su presentación	-	16,67 ⁴
Sugerencias, reclamaciones y felicitaciones relativas a los servicios prestados por la OMIC	-	36% ⁴
Tiempo medio de contestación de las sugerencias, reclamaciones y felicitaciones relativas a los servicios prestados por la OMIC	30%	28% ⁴
Porcentaje de sugerencias, reclamaciones y felicitaciones relativas a los servicios prestados por la OMIC contestadas en menos de 3 meses.	100%	97,22% ⁴
Porcentaje de sugerencias, reclamaciones y felicitaciones relativas a los servicios prestados por la OMIC contestadas en un plazo menor o igual a 30 días desde su presentación	60%	63% ⁴

⁴ Estos 4 indicadores se han modificado como consecuencia de la aprobación de la Carta de Servicios de Sugerencias y Reclamaciones. Su última actualización es de 23 de marzo de 2017. Conforme a lo previsto en dicha Carta de Servicios, estos indicadores han de incluirse obligatoriamente en todas las demás Cartas y medirse contando desde el día de su presentación por parte del ciudadano, por lo cual su valor toma en consideración no solamente el tiempo que tardan en contestarse en la OMIC, sino también el tiempo de demora en su asignación por parte del servicio central que recibe todas las sugerencias y reclamaciones del Ayuntamiento de Madrid.

Examinando los resultados obtenidos en el proceso de evaluación 2017, resultan especialmente destacables los que hacen referencia a la valoración ciudadana de las labores que este servicio municipal desarrolla. Para su cálculo se realizaron de un total de 2.532 encuestas telefónicas entre las personas usuarias que voluntariamente accedieron a rellenar o responder a las preguntas contenidas en el formulario de encuesta.

Los datos reflejan, por ejemplo, que un 92,24% están satisfecho/as o muy satisfechos/as con la orientación y el trato recibido en la OMIC, con unas notas medias otorgadas en los distintos atributos que superan la cifra de 8 en todos los casos, en una escala del 0 al 10.

También es de destacar el indicador que muestra que más de la mitad 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 para la ciudadanía en la resolución de conflictos de consumo.

El contenido actualizado de la Carta de Servicios de la OMIC, junto con todos los datos relativos a las evaluaciones sucesivas de los indicadores de la OMIC se encuentran publicados en el "Observatorio de la Ciudad". También ha sido objeto de publicación el informe de resultados de la encuesta realizada para la evaluación de los cinco indicadores referidos a la valoración ciudadana del servicio, junto con su ficha técnica.

VII.4. SISTEMA DE CALIDAD UNE EN ISO 9001:2008 DEL SERVICIO DE INSPECCIÓN DE CONSUMO



ACREDITADO POR ENAC

El Servicio de Inspección de Consumo tiene implantado desde el año 2001 un Sistema de Gestión de la Calidad conforme con la norma UNE-EN-ISO 9001, como herramienta de mejora para la defensa de los derechos e intereses de las personas consumidoras y de empresariado madrileño referidos a servicios y productos no alimentarios.

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

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

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

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

Anualmente se realiza una auditoría interna y otra externa en el Servicio, llevándose a cabo la auditoría interna en el año 2017 los días 18 y 19 de abril, no detectándose en ella no conformidad alguna pero sí se realizó una observación que fue corregida. Por otra parte, la auditoría externa se realizó el día 25 de mayo por el Instituto de Certificación CDQ,

evidenciándose la eficacia del sistema y no siendo necesarias acciones correctivas, recomendándose la certificación.

En el año 2017 se ha llevado a cabo la adaptación del sistema de Gestión de Calidad del Servicio de Inspección a la nueva norma UNE ISO 9001:2015, adecuándose para ello el manual, los procesos y los procedimientos, ya que existe un período de transición de tres años por el que el certificado obtenido deja de tener validez en septiembre de 2018.

EJECUCIÓN PRESUPUESTARIA

El presupuesto del programa 493.00 "Consumo" en el año 2017 ascendió a 4.135.926 €, de los cuales se destinaron a capítulo II 662.167 €.

La ejecución presupuestaria de este programa una vez cerrado el correspondiente ejercicio 2017 fue del 98,25%. El detalle de dicho presupuesto aparece en la siguiente tabla.

	CRÉDITO INICIAL	OBLIGACIÓN RECONOC.	EJECUCIÓN
1 GASTOS DE PERSONAL	3.473.759,00	3.449.919,71	99,31%
10100 RETRIBUCIONES BÁSICAS	94.093	87.252,08	
12000 SUELDOS DEL GRUPO A1	182.671	223.637,20	
12001 SUELDOS DEL GRUPO A2	361.213	317.800,57	
12003 SUELDOS DEL GRUPO C1	100.002	87.514,65	
12004 SUELDOS DEL GRUPO C2	173.860	144.500,97	
12006 TRIENIOS	208.168	199.170,35	
12100 COMPLEMENTO DE DESTINO	510.862	502.872,78	
12101 COMPLEMENTO ESPECÍFICO	1.087.249	1.074.959,17	
12103 OTROS COMPLEMENTOS	69.288	66.176,04	
15000 PRODUCTIVIDAD	57.976	69.742,39	
16000 SEGURIDAD SOCIAL	628.377	638.810,45	
16009 OTRAS CUOTAS	0,	37.483,06	
2 GASTO EN BIENES CORRIENTES Y SERVICIOS	662.167	613.558	92,66%
21300 REP.MAT.CONS.MAQUIN.	0	161	
22000 MATERIAL DE OFICINA ORDINARIO NO INVENTARIABLE	5.000	1.650	
22001 PRENSA, REVISTAS, LIBROS Y OTRAS PUBLICACIONES	1.000	0	
22107 IMPRESOS Y FORMULARIOS	25.850	14.148	
22602 PUBLICIDAD Y PROPAGANDA	103.315	81.663	
22606 REUNIONES, CONFERENCIAS Y CURSOS	73.000	42.017	
22699 OTROS GASTOS DIVERSOS	5.500	4.914	
22706 ESTUDIOS Y TRABAJOS TÉCNICOS	237.030	263.161	
23010 DEL PERSONAL DIRECTIVO	1.000	555	
23020 DEL PERSONAL NO DIRECTIVO	1.000	891	
23110 GASTOS DE VIAJE DEL PERS. DIRECTIVO	1.200	388	
23111 LOCOMOCIÓN URBANA PERS. NO DIRECTIVO	0	173	
23120 GASTOS DE VIAJE DEL PERS. NO DIRECTIVO	1.200	867	
26000 TRABAJOS REALIZ. POR INSTITUCIONES S.F. DE LUCRO	207.072	202.970	
TOTALES	4.135.926	4.063.477	98,25%