



**MEMORIA ANUAL DE ACTUACIONES EN
MATERIA DE CONSUMO**

AÑO 2018

ÍNDICE

PREÁMBULO	3
LÍNEA DE ACCIÓN I	3
INFORMACIÓN Y ATENCIÓN A LAS PERSONAS CONSUMIDORAS	4
1.1.ATENCIÓN DE LA OFICINA MUNICIPAL DE INFORMACIÓN AL CONSUMIDOR (OMIC)	4
Información y orientación.....	5
Distribución al empresariado de hojas del sistema unificado de reclamaciones.....	5
Tramitación de reclamaciones y denuncias	5
Expedientes tramitados por la OMIC.....	5
Atención presencial a las personas consumidoras en las oficinas de la OMIC	11
Dispositivos informativos especiales	12
Programa de Asesoramiento de la Gestión de la Economía Doméstica.....	12
Nueva aplicación informática para gestión de OMIC.....	13
1.2 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	17
Desarrollos informáticos para la Junta Arbitral	18
Arbitraje Turístico.....	18
1.3 INFORMACIÓN, DIVULGACIÓN Y COMUNICACIÓN SOBRE CONSUMO.	18
Campañas de información directa	19
Relación de mercadillos municipales en los que se desarrolló el Programa de Información en Mercadillos. Año 2018.....	20
Elaboración de material divulgativo.....	20
Actualización del contenido del espacio web corporativo sobre consumo	24
Campañas de comunicación sobre consumo.....	26
LÍNEA DE ACCIÓN II	28
FORMACIÓN EN CONSUMO	28
2.1 PROGRAMA DE FORMACIÓN EN CONSUMO	28
Acciones formativas dirigidas a las personas consumidoras.....	28
Acciones formativas dirigidas al empresariado. Campaña de visitas personalizadas a establecimientos comerciales.....	32
Resumen del programa de formación en consumo.....	33
2.2 FORMACIÓN ESPECIALIZADA EN MATERIA DE CONSUMO PARA EMPLEADOS/AS DEL AYUNTAMIENTO DE MADRID	34
2.3 RESUMEN DE ACTIVIDADES DE FORMACIÓN	35
LÍNEA DE ACCIÓN III	36
CÓDIGOS DE BUENAS PRÁCTICAS PARA LOS SECTORES EMPRESARIALES	36
Revisión y actualización de Códigos de Buenas Prácticas aprobados.....	36
Desarrollo del Plan de comunicación e implantación de Códigos de Buenas Prácticas	37
Número de establecimientos adheridos a Códigos de Buenas Prácticas	37
LÍNEA DE ACCIÓN IV	38

INVESTIGACIÓN Y CONTROL DE MERCADO	38
4.1 PROGRAMA DE INVESTIGACIÓN.....	38
Acción de cesación contra tres academias	38
4.2 ACTIVIDADES DE INSPECCIÓN.....	39
Actuaciones por denuncias o reclamaciones	40
Actuaciones en seguridad de los productos: Red de Alerta y toma de muestras.....	41
4.3 ACTUACIONES SANCIONADORAS Y MEDIDAS PREVENTIVAS.....	42
Convenio de colaboración sobre control de la publicidad	42
LINEA DE ACCIÓN V	44
PARTICIPACIÓN, COLABORACIÓN Y COORDINACIÓN EN CONSUMO	44
5.1 COORDINACIÓN Y COLABORACIÓN INTERADMINISTRATIVA.....	44
Colaboración y coordinación con los Distritos	44
Participación en órganos colegiados y grupos de trabajo municipales.....	46
Actuaciones relacionadas con la integración de la actividad del IMC con otros planes y estrategias municipales en desarrollo	47
Colaboración con la Dirección General de Comercio y Consumo de la Comunidad de Madrid	48
Participación en los órganos de consumo autonómicos	49
5.2 PARTICIPACIÓN CIUDADANA EN CONSUMO	49
El Consejo Municipal de Consumo	49
Colaboración con las organizaciones de consumidores	50
Convenios para el mantenimiento del sistema arbitral de consumo.....	51
LINEA DE ACCIÓN VI	52
CONSUMO RESPONSABLE	52
6.1 MADRID, CIUDAD POR EL COMERCIO JUSTO.....	52
El Foro Municipal de Comercio Justo.....	52
Actuaciones programadas sobre Comercio Justo en 2018	53
Otras actuaciones relevantes en materia de Comercio Justo realizadas en 2018:	56
6.2 PLAN DE IMPULSO DEL CONSUMO SOSTENIBLE DE LA CIUDAD DE MADRID -	56
Marco conceptual y contenido del PICS	56
Actuaciones en 2018.....	57
6.3 OTRAS ACTUACIONES EN MATERIA DE CONSUMO SOSTENIBLE.....	60
Fomento del consumo de madera sostenible.....	60
Fomento de consumo de productos de la pesca sostenible certificada	61
LINEA DE ACCIÓN VII	63
TRANSPARENCIA Y CALIDAD EN LA ACTUACIÓN MUNICIPAL	63
7.1 PUBLICIDAD ACTIVA.	63
7.2 PORTAL DE DATOS ABIERTOS	64
7.3 PROTECCIÓN DE DATOS PERSONALES	64
7.4 CARTA DE SERVICIOS DE LA OMIC.....	65
7.5 SISTEMA DE CALIDAD UNE EN ISO 9001-2015 DEL SERVICIO DE INSPECCIÓN DE CONSUMO	68
EJECUCIÓN PRESUPUESTARIA	70

PREÁMBULO

Los servicios que el Ayuntamiento de Madrid desarrolla en materia de consumo, enfocados a la protección de las personas consumidoras y a la defensa de los derechos que les reconoce la legislación vigente comprenden un conjunto de actividades de información, de intermediación con las empresas reclamadas, de arbitraje, formación, inspección y control del mercado, de establecimiento de acuerdos voluntarios con los sectores empresariales, además de la colaboración con las asociaciones de consumidores, con las organizaciones empresariales, con las instituciones públicas así como las otras entidades sociales para favorecer en nuestra ciudad un modelo de consumo sostenible y respetuoso con los derechos de las personas consumidoras.

En esta memoria de actuaciones se resumen las actividades desarrolladas por los servicios municipales de consumo en el ejercicio 2018, en las que se enmarca el desarrollo de las competencias que el Ayuntamiento de Madrid tiene asumidas en esta materia. Al igual que en anteriores ejercicios, estas actuaciones se presentan estructuradas en las siete líneas de acción siguientes:

- 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

Esta primera línea de acción recoge la actuación de la Oficina Municipal de Información al Consumidor (en adelante, OMIC), distribuida en las 22 oficinas con las que cuenta (central y distritales) en lo que respecta a la gestión de los expedientes a que han dado lugar las reclamaciones, quejas, denuncias y solicitudes de información presentadas ante ella por las personas consumidoras, conforme a los datos registrados en la aplicación informática de gestión de OMIC, así como la atención presencial a las consultas formuladas por los ciudadanos y ciudadanas en materia de consumo.

En un segundo apartado se trata la actividad de la Junta Arbitral de Consumo del Ayuntamiento de Madrid, una de las primeras establecidas en España, proporcionando, en sus más de 30 años de funcionamiento continuado, a las personas consumidoras y a las empresas una vía extrajudicial, eficaz y gratuita, para la resolución de sus conflictos de consumo.

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 integradas en el Consejo Municipal de Consumo, 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 materia de divulgación dirigida a todas las personas consumidoras, se han seleccionado temas de actualidad para los nuevos folletos, además de revisarse y actualizarse otros como consecuencia de novedades legislativas. Además, se han promovido campañas de comunicación sobre consumo sostenible y Comercio Justo en el ejercicio de la competencia que corresponde a la Dirección General del Instituto Municipal de Consumo (en adelante IMC).

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 otras dependencias municipales, en stands instalados en vía pública en fechas determinadas, marquesinas y otros elementos de mobiliario urbano, así como a través de la web municipal que cuenta con un extenso apartado de publicaciones.

1.1. ATENCIÓN DE LA OFICINA MUNICIPAL DE INFORMACIÓN AL CONSUMIDOR (OMIC).

Desde octubre de 1983, fecha en la que el Ayuntamiento de Madrid abrió la OMIC, este servicio municipal, con más ya de 35 años de funcionamiento, viene prestando servicio a la ciudadanía en las siguientes líneas de actuación, tal y como recoge su Carta de Servicios, aprobada por la Junta de Gobierno de la ciudad de Madrid el 8 de junio de 2008, y certificada conforme a la Norma UNE 93200:

Información y orientación

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

Distribución al empresariado de hojas del sistema unificado de reclamaciones

Tramitación de reclamaciones y denuncias

- Recibir las reclamaciones y denuncias formuladas por las personas consumidoras
- Prestar atención personalizada a 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
- Comunicar el resultado de la tramitación de su reclamación a la persona consumidora

Expedientes tramitados por la OMIC

Expedientes tramitados por la OMIC de Madrid Año 2018		
	Nº de expedientes	Porcentaje
Reclamación	24.186	94,92
Información	61	0,24
Queja	708	2,78
Denuncia	525	2,06
	25.480	100

En el ejercicio 2018 la OMIC tramitó, a través de sus 22 oficinas, un total de 25.480 expedientes. De ellos, el 94,92% fueron reclamaciones, el 0,24% solicitudes de información, el 2,06% denuncias y el 2,78% se han clasificado como quejas contra las empresas reclamadas.

El 59,03% de los expedientes registrados fueron gestionados en la OMIC Central (15.041 expedientes) , el 40,97% restante (10.439 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 la OMIC del Ayuntamiento de Madrid manifiestan la consolidación de la tendencia ascendente que se observó ya en 2017, frente al descenso que venía produciéndose en ejercicios anteriores. Si bien en 2017, con respecto al ejercicio anterior se registró un 1,86% más de expedientes, en 2018 el incremento ha sido considerablemente mayor, puesto que los datos arrojan un aumento con respecto a 2017 del 9,40%.

Por tipo de expediente, el análisis de los datos indica que han disminuido las solicitudes de información, que han pasado de un 0,49% en 2017 a un 0,24% en este ejercicio. Hay que señalar que los datos de solicitud de información únicamente recogen los expedientes que, por sus características, han sido objeto de registro en la aplicación informática de gestión pero no contabilizan la información proporcionada a los consumidores como resultado de sus consultas en la atención presencial mediante el sistema de cita previa, a las que se da respuesta en el curso de la cita concertada. Estos datos se recogen en el apartado posterior dedicado a “Atención a las personas consumidoras”.

Las reclamaciones se han incrementado, pasando de 22.428, en 2017, a 24.186 en 2018, aunque porcentualmente se aprecie una ligera disminución, el 94,92% de este año frente al 96,29% de 2017.

Se produce un aumento en los expedientes considerados como quejas frente a la actuación de las empresas, que pasan del 1,56% en el año anterior al 2,78% en 2018. La misma tendencia se observa en las denuncias que totalizan un 2,06% del total de expedientes, frente al 1,66% de 2017.

Las quejas se desagregaron de las reclamaciones en 2017 para atender aquellos expedientes que, considerados improcedentes en materia de consumo, reflejaban algún tipo de insatisfacción de los clientes frente al modo de prestación de servicios por parte de la empresa. Las quejas se ponen en conocimiento de las empresas para que aprecien el malestar de las personas consumidoras y modifiquen las prácticas que afectan a estas. Sumando reclamaciones y quejas, el cómputo total asciende a 24.894 expedientes (22.792 en 2017), lo que corresponde al 97,70% del total.

Distribución de expedientes entre las distintas oficinas de OMIC Año 2018		
	Nº de expedientes	Porcentaje
OMIC Central	15.041	59,03
Centro	999	3,92
Arganzuela	420	1,65
Retiro	352	1,38
Salamanca	855	3,36
Chamartín	524	2,06
Tetuán	524	2,06
Chamberí	441	1,73
Fuencarral-El Pardo	648	2,54
Moncloa-Aravaca	264	1,04
Latina	435	1,71
Carabanchel	613	2,41
Usera	376	1,48
Puente Vallecas	566	2,22
Moratalaz	262	1,03
Ciudad Lineal	608	2,39
Hortaleza	442	1,73
Villaverde	361	1,42
Villa de Vallecas	674	2,65
Vicálvaro	225	0,88
San Blas	720	2,83
Barajas	130	0,51
TOTALES	25.480	100

Como aspecto a destacar de los datos recogidos en la tabla anterior ha de citarse el aumento del número de expedientes en la OMIC Central, que ha gestionado 2.490 expedientes más que el año anterior. Conforme a la vigente Instrucción de coordinación del funcionamiento de la OMIC del Ayuntamiento de Madrid, corresponden a la OMIC Central determinadas temáticas, como los suministros o la contratación on-line, así como la gestión centralizada de reclamaciones en casos específicos. Esto ha dado lugar a que, en la OMIC Central, se haya contabilizado un aumento con respecto al año anterior del 19,84 %, mientras que la actividad en cuanto a gestión de expedientes de las oficinas distritales ha descendido en un 2,80%.

En la siguiente tabla se presenta la distribución de expedientes según la tradicional clasificación en grupos: servicios, suministros, adquisición de bienes y vivienda.

Distribución de asuntos por grupos. Año 2018		
	Nº de expedientes	Porcentaje
Servicios	10.530	41,33
Suministros	8.231	32,30
Bienes (excepto vivienda)	6.361	24,96
Vivienda	358	1,41
TOTAL	25.480	100

El sector más numeroso es el de los servicios, con un 41,33 % de los asuntos planteados en la OMIC, continuándose en este ejercicio la tendencia iniciada en 2016 de que este grupo supere al de los suministros que, tradicionalmente, venía siendo el mayoritario. A la adquisición de bienes se asignaron el 24,96 % de los expedientes y a los suministros de agua, energía, electricidad y telefonía un 32,30 %.

La implantación de la nueva aplicación informática de gestión de OMIC ha supuesto una revisión completa del modelo de datos de los expedientes, introduciendo nuevos campos de información y actualizando la clasificación de reclamaciones anteriormente existente haciéndola más acorde con la recomendación de la Comisión Europea, de 12 de mayo de 2010, sobre el uso de una metodología armonizada para la clasificación y notificación de las reclamaciones y consultas de los consumidores.

Durante todo el año 2018 la clasificación de reclamaciones se ha efectuado conforme a este nuevo modelo, que comprende 9 sectores generales (bienes de consumo, enseñanza, energía y agua, salud, servicios postales y comunicaciones electrónicas, servicios de ocio, servicios de transporte, servicios financieros y servicios generales). A su vez, cada uno de estos sectores generales se divide en sectores específicos. Como nuevos campos de información destacan los destinados a motivo general de la reclamación y motivo específico, siendo las opciones existentes dentro de cada uno de ellos dependientes de los sectores general y específico en los que se haya clasificado cada expediente. De este modo se incrementa notablemente el potencial de consulta informático, a la hora de hacer un análisis más pormenorizado de las reclamaciones recibidas.

Comenzando con los servicios, y teniendo en cuenta la nueva clasificación, el desglose, según el tipo de servicio prestado es el siguiente:

Sector Servicios año 2018		
Subsecciones		
	Nº de expedientes	Porcentaje dentro del sector
Servicios generales (a excepción de alquiler vivienda)	2.992	28,41
Servicios de ocio	2.383	22,63
Servicios financieros	2.168	20,59
Salud	1.718	16,32
Servicios de transportes	988	9,38
Enseñanza	281	2,67
TOTAL	10.530	100

Dentro del sector servicios, el primer subsector en importancia desde el punto de vista cuantitativo es el subsector general donde se agrupan diferentes prestaciones de servicios (2.992 expedientes). Cabe destacar la reparación de vehículos a motor, con 632 expedientes, que representan el 21,12% de los expedientes totales del subsector servicios generales.

El segundo subsector en importancia es el de los servicios de ocio (restauración, hospedaje, agencias de viaje y espectáculos públicos), que con 2.383 expedientes en 2018, representaron el 22,63% del total de los expedientes registrados dentro del conjunto de los servicios.

Destaca también el notable aumento de las reclamaciones referidas a salud, que con 1.718 reclamaciones, prácticamente duplican el dato registrado en 2017 (901 expedientes). Ello es consecuencia de los problemas planteados por el cierre de clínicas dentales, cuestión que afectó a numerosos usuarios, por lo que hubo de recabarse la tramitación centralizada de expedientes por parte de la OMIC Central, con objeto de dar un tratamiento uniforme a todas las reclamaciones surgidas como consecuencia de dichos cierres.

En cuanto a las reclamaciones que venían considerándose tradicionalmente dentro del grupo de los suministros (telefonía, gas, electricidad, servicios de internet, agua,...), actualmente se han clasificado dentro de dos sectores generales, en concreto el de energía y agua y el de servicios postales y telecomunicaciones. Los suministros son el segundo grupo en importancia cuantitativa con 8.231 expedientes. Por sectores específicos, el más destacado es el de telefonía en el que se han considerado incluidos la telefonía fija, móvil y los servicios combinados, que en 2018 han dado lugar a la apertura de 5.076 expedientes, lo que representa el 61,67% del total de los suministros. La telefonía móvil con 2.548 expedientes es la de mayor importancia cuantitativa, aunque desciende con respecto al año anterior, seguida de los servicios combinados con 2.094. Le siguen en importancia las reclamaciones referidas al suministro eléctrico; con 1.333 reclamaciones prácticamente se han duplicado con respecto al año anterior, en el que se registraron 674 expedientes, siendo parte de este incremento debido a las reclamaciones sobre bono social que ha sido objeto de reforma legislativa. El sector específico del gas también se

incrementa con respecto al ejercicio 2017: 837 reclamaciones frente a 522, lo que supone un aumento del 60,34%.

Sector suministros. Año 2018		
Sectores específicos		
	Nº de expedientes	Porcentaje dentro del sector
Telefonía	5.076	61,67
Electricidad	1.333	16,19
Gas	838	10,18
Agua	76	0,93
Otros	908	11,03
TOTAL	8.231	100

En el grupo de la adquisición de bienes se observa un incremento con respecto a otros años, motivado por la nueva codificación y clasificación de reclamaciones de la nueva aplicación informática. Así por ejemplo, se encuentran englobadas dentro de él el grupo de la alimentación, que anteriormente se clasificaban como grupo diferenciado, si bien su importancia cuantitativa era escasa. De hecho se constata la tónica descendente del grupo de la alimentación; si en 2017 se registraron 1.063 expedientes, en 2018 se han contabilizado únicamente 599.

Sector bienes. Año 2018		
subsectores		
	Nº de expedientes	Porcentaje dentro del sector
Aparatos telefónicos	927	14,57
Textil	776	12,20
Mobiliario-Decoración	750	11,79
Comidas y bebidas	599	9,42
Otros	3.309	52,02
TOTAL	6.361	100

Las reclamaciones debidas a la adquisición de bienes de consumo totalizaron 6.361 expedientes, lo que supone un incremento de 1.054 expedientes respecto a 2017. Aunque los códigos de clasificación han variado, es posible hacer una comparativa en alguno de los bienes objeto de reclamación; así, los expedientes respecto a aparatos telefónicos se han incrementado en 332 y los relativos a mobiliario han pasado de 590, en 2017, a 750 en el año en curso. También lo han hecho referidos al subsector textil, que con 776 superan en 198 los registrados en 2017.

Respecto a la vivienda, se han reorganizado las reclamaciones, de modo que la compraventa de vivienda queda dentro del sector general de bienes de consumo, mientras que el alquiler se ubica dentro de los servicios generales. Sumando ambos grupos de reclamaciones, el total de expedientes referidos a vivienda asciende en 2018 a 365, dato muy similar al de 2017, con 342 altas, con mayor incidencia de la compra de vivienda con respecto a ejercicios anteriores, como cabe esperar de la evolución del mercado inmobiliario. Los datos de expedientes de vivienda se han tratado independientemente y no han sido tenidos en cuenta en el cómputo de los sectores en que ahora están incluidos para permitir la comparativa con años anteriores.

De los 25.480 expedientes registrados en 2018 por la OMIC del Ayuntamiento de Madrid, 24.186 han sido reclamaciones de consumo. La gestión de este numeroso conjunto de expedientes ha consistido en la mediación con las empresas reclamadas buscando una solución amistosa al conflicto planteado o la remisión al órgano competente para su tramitación, bien sea la Comunidad de Madrid cuando la persona reclamante o la empresa reclamada no tienen su domicilio en el municipio de Madrid, conforme al convenio suscrito en materia de consumo con la Administración autonómica, o a otros órganos competentes en cada materia como, por ejemplo, en el caso de los expedientes referidos a los servicios financieros o los seguros, comunicando, en todas las ocasiones al consumidor la gestión realizada y, cuando es procedente, el resultado de la mediación efectuada por la OMIC.

Además de la mediación individualizada que, en 2018, según los datos registrados en la nueva aplicación informática, ha arrojado un resultado favorable total o parcialmente a las pretensiones de las personas consumidoras de un 58%, desde la OMIC se han impulsado reuniones específicas o contactos con las principales empresas de suministros para facilitar y agilizar la gestión de reclamaciones, así como con empresas con especial incidencia de reclamaciones, para buscar una solución conjunta a aquellos problemas que afectaban a un colectivo numeroso de personas como, por ejemplo, en los casos de bono social, por referirse a una colectivo de especial protección. Dentro de este sector cabe destacar también la actuación informativa que ha continuado en relación con la nueva regulación del bono social, que se produjo a finales de 2017.

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, a través del sistema corporativo de cita previa del Ayuntamiento de Madrid.

La OMIC Central tiene un horario ininterrumpido de mañana y tarde (8:30 a 17 horas), de lunes a jueves, y los viernes y mes de agosto abre solamente en horario de mañana. 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 petición de hojas de reclamaciones o 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.

Durante el año 2018, en la OMIC Central se han concertado 3.241 citas, y se han atendido entre los citados a un total de 2.416 personas. 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. 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 7.836 personas (7.034 en horario de

mañana y 802 en horario de tarde).

Conforme a los datos registrados en la aplicación informática de gestión de cita previa en el conjunto de las 22 oficinas con que cuenta la OMIC del Ayuntamiento de Madrid, se ha facilitado cita previa en 2018 a 18.490 personas, con una asistencia a dichas citas de 13.530, cifras que son muy similares a las del ejercicio anterior. Ello supone un absentismo del 26,8%.

Dispositivos informativos especiales

En 2018, el dispositivo especial de información en materia de cláusulas suelo ha dado paso a otros destinados a la atención del elevado número de personas consumidoras afectadas en Madrid por el cierre de las clínicas IDENTAL y a asesorar a las personas que han demandado información sobre la reclamación de gastos hipotecarios bancarios.

Respecto a la primera cuestión, se consideró de interés ante el elevado número de reclamaciones, solicitudes de información y denuncias recibidas y considerando que, en gran parte de los casos, para hacer frente a los gastos del tratamiento habían contratado créditos al consumo de elevado importe, se recabó la tramitación centralizada de estos expedientes. La atención y asesoramiento se centró en la formulación de reclamaciones tanto frente a IDENTAL como frente a las entidades financieras o no financieras con las que se habían suscrito los créditos al consumo. Para ello se contactó individualmente con las empresas crediticias que mayoritariamente había facilitado estos créditos, informándoles de la situación general y de los derechos que la normativa vigente reconoce a las personas consumidoras en estos supuestos.

Se han mantenido informadas a las personas reclamantes sobre la evolución en vía judicial del conflicto, así como una permanente coordinación con los servicios de consumo de la Comunidad de Madrid, enviándoles los listados de las reclamaciones recibidas con la periodicidad solicitada. Finalmente se han preparado todos los expedientes para su remisión a la Fiscalía Provincial de Madrid, para que sirviera de documentación aneja para los procedimientos judiciales en curso. En 2018, se enviaron a fiscalía 1.160 expedientes.

Programa de Asesoramiento de la Gestión de la Economía Doméstica



Durante todo el año 2018, en la OMIC Central se ha continuado con la prestación de este servicio, gratuito, confidencial e independiente, 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.

Al construir en la página web de internacionalización de Madrid en 2018 un grupo de “Proyectos de ciudad”, destacados se seleccionó este programa como uno de ellos: <http://www.madridforyou.es/asesoramiento-en-la-gestion-de-la-economia-domestica>

Se desarrolla a través de la colaboración de especialistas en materia económica y derechos de las personas consumidoras designados por asociaciones integradas en el Consejo Municipal de Consumo, que son los encargados de responder a las consultas formuladas en temas de índole económica, utilizando, en los casos que así lo requieran, la herramienta de cálculo del presupuesto familiar desarrollada específicamente para este programa por el IMC.

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 2018 ha estado en una parte importante dedicado a la atención de las consultas referidas al cierre de las clínicas dentales IDENTAL y los contratos de financiación asociados, así como a devolución de gastos en la constitución de hipotecas y, con carácter residual respecto a 2017, a consultas sobre cláusulas suelo.

Nueva aplicación informática para gestión de OMIC

En 2018 se ha continuado trabajando en la mejora de la aplicación informática SIGSA, que se implantó en 2017. La acción se ha centrado en proponer modificaciones en aspectos concretos del programa para agilizar y facilitar la gestión, dando respuesta a necesidades específicas surgidas en la práctica diaria de tramitación de reclamaciones de consumo, en concreto, respecto al modelo y explotación de datos, digitalización de documentos e interconexión con otras aplicaciones municipales, especialmente de registro de documentos. Asimismo, se ha revisado la codificación de reclamaciones para facilitar y mejorar la explotación de datos.

Todo ello se ha llevado a cabo en colaboración con el IAM y el Servicio de Soporte para la Implantación Electrónica, realizándose por parte de la OMIC Central propuestas de mejora que están pendientes de revisión y ejecución por Informática del Ayuntamiento de Madrid.

En 2018 concluyeron los trabajos para la definición de un nuevo sistema informático que permitiera una obtención ágil de estadísticas y la explotación de la información contenida en SIGSA, mediante la obtención de informes programados así como de informes personalizados, relacionando distintos campos que cumplieran determinadas condiciones o parámetros en función de la información requerida. Este sistema basado en una aplicación de BI diseñada por Informática del Ayuntamiento de Madrid, con la colaboración de técnicos del IMC, ha sido implantado en 2018 y es el que ha permitido la obtención de las estadísticas correspondientes al ejercicio reflejadas en esta memoria, así como la resolución de las consultas necesarias para la gestión diaria, de carácter o naturaleza estadística. Para la implantación práctica de este nuevo desarrollo informático IAM organizó una sesión formativa el 17 de mayo a la que asistieron técnicos de consumo tanto del IMC como de los distritos.

El desarrollo informático realizado permite también el cálculo automatizado de los indicadores referidos a la gestión de expedientes incluidos en la Carta de Servicios de la OMIC, cuestión que en ejercicios anteriores había de hacerse por muestreo y examen de cada uno de los expedientes integrados en la muestra representativa, a través de un contrato de asistencia técnica.

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 2018 han estado referidos, en el primer semestre, al análisis comparativo sobre los motivos de las reclamaciones en materia de agencias de viajes, así como las empresas que han recibido un mayor número de reclamaciones, mientras que el segundo el informe ha tratado sobre un estudio comparativo relativo a los motivos de reclamación en materia de servicios de telefonía e internet e igualmente sobre las compañías reclamadas.

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



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

Al igual que en ejercicios anteriores, en 2018, el IMC 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 2018 se han gestionado 919 solicitudes de arbitraje, disminuyendo el valor del precedente año 2017, en el que se tramitaron 1.235. En consonancia con ello, también el número de vistas se ha visto reducido, celebrándose 465 vistas en el ejercicio 2018.

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 425 de las distritales y 288 de la oficina Central, lo que supone un 77,59 % del total. El 22,41 % restante se distribuye de la siguiente forma: 197 solicitudes fueron presentadas directamente por las personas consumidoras ante la Junta Arbitral de Consumo y 9 se recibieron a través de otros organismos.

Al igual que se ha descrito anteriormente en el caso de la OMIC, la implantación de la nueva aplicación informática de gestión de expedientes de la Junta Arbitral ha supuesto una revisión completa del modelo de datos de los expedientes, más teniendo en cuenta que ambos módulos informáticos están conectados, puesto que una parte importante de expedientes proceden de la OMIC.

Durante todo el año 2018 la clasificación de reclamaciones se ha efectuado conforme a este nuevo modelo, que comprende 9 sectores generales (bienes de consumo, enseñanza, energía y agua, salud, servicios postales y comunicaciones electrónicas, servicios de ocio, servicios de transporte, servicios financieros y servicios generales). A su vez, cada uno de estos sectores generales se divide en sectores específicos.

En la siguiente tabla se presenta la distribución sectorial de solicitudes de arbitraje, que se presenta conforme a los sectores generales anteriormente indicados, si bien por la importancia cuantitativa de los asuntos referidos a telefonía, se ha separado este sector específico. También se indican aparte los referidos a vivienda y alimentación que en ejercicios anteriores eran objeto de clasificación separada.

Sectores	Nº solicitudes	Porcentaje
Telecomunicaciones	334	36,34
Bienes de consumo	206	22,42
Servicios generales	171	18,61
Servicios de ocio	57	6,20
Transporte y servicio postal	41	4,46
Energía y Agua	33	3,59
Salud	27	2,94
Educación	22	2,39
Servicios financieros	19	2,07
Vivienda	7	0,76
Alimentación	2	0,22
TOTAL	919	100

El grupo más numeroso corresponde a Telecomunicaciones, y representa un 36,34 % del total, seguido de la adquisición de bienes con un 22,42% y de Servicios Generales con un 18,61 % del total.

De manera más específica, dentro de Telecomunicaciones, destacan los servicios de telefonía móvil con 132 solicitudes, los servicios combinados de telefonía (115 solicitudes) y los servicios de telefonía fija (61 solicitudes). En cuanto a la compra de bienes, cabe resaltar las 39 solicitudes de arbitraje recibidas sobre adquisición de aparatos telefónicos, 29 de compras de

mobiliario, y las 41 de compra de productos electrodomésticos, electrónicos o informáticos. Del grupo de los Servicios generales, el dato más significativo son las 48 solicitudes relativas a tintorería-lavandería, que representan un 5,22 % del total de asuntos gestionados en la Junta Arbitral de Consumo del Ayuntamiento de Madrid, en los cuales se observa una evolución claramente descendente con respecto a ejercicios anteriores.

Distribución de solicitudes de arbitraje por sectores. Año 2018			
Sectores	Subsector	Nº solicitudes	Porcentaje respecto al total
Telecomunicaciones	Telefonía móvil	132	14,36
	Servicios Combinados Telefonía	115	12,51
	Telefonía fija	61	6,64
Bienes	Electrodomésticos, electrónica e informática	41	4,46
	Aparatos telefónicos	39	4,24
	Mobiliario	29	3,16
Servicios Generales	Tintorería	48	5,22
	Mantenimiento y reparación de vehículos	24	2,61
	Reparaciones Hogar	21	2,29
	Belleza, Estética y Peluquería	18	1,96
Transporte y Servicio postal	Servicios postales	23	2,5
Servicios de Ocio	Gimnasios	19	2,07
Energía y Agua	Electricidad comercializadora	17	1,85
Salud	Hospitales, clínicas y profesionales sanitarios	17	1,85
Varios	Otros	315	34,28
TOTAL		919	100

Los órganos arbitrales que emiten las resoluciones son los designados por la Presidencia de la Junta Arbitral, los cuáles, en función de su composición, pueden ser unipersonales o colegiados. Durante el ejercicio 2018, 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 12 organizaciones empresariales, conforme a los convenios vigentes a tal efecto.

Según el tipo de laudo, los resultados de las vistas celebradas en el año 2018 se clasifican de la siguiente manera:

Resultado de las vistas celebradas. Año 2018		
Resultado / Tipo de laudo	Número	Porcentaje
Estimatorio total o parcialmente	242	52,04
Desestimatorio	118	25,38
Conciliatorio	18	3,87
Archivo-Vía judicial cerrada	26	5,59
Archivo-Vía judicial expedita	4	0,86
Suspensión	28	6,02
Peritaje	7	1,51
Inhibitorio	22	4,73
TOTAL	465	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 continúa manteniendo 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 (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 IMC se han llevado a cabo las siguientes actuaciones:

- Campaña de comunicación directa a nivel empresarial, desarrollado en los meses de marzo a junio de 2018, 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 adheridas al Sistema Arbitral de Consumo era de 3.131.
- 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.
- Con el fin de adaptar la normativa aplicable y proceder a su normalización se han revisado los impresos de la Oferta Pública de Adhesión al Sistema Arbitral de Consumo.



Desarrollos informáticos para la Junta Arbitral

Durante el año 2018 se han gestionado todos los nuevos expedientes a través de la aplicación SIGSA, basada en expediente electrónico. Se han intensificado las labores de revisión y perfeccionamiento de dicha herramienta informática para adaptarla a las necesidades prácticas de la gestión del procedimiento arbitral de consumo, paralelamente a la propia tramitación de los nuevos expedientes de arbitraje.

En 2018 se ha incluido en la cartera de proyectos del IAM un nuevo desarrollo en BI para la explotación estadística de datos, con los mismos objetivos que la aplicación implantada en la OMIC, pero respondiendo a la singularidad del arbitraje de consumo y teniendo en cuenta una nueva distribución de datos y 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 IMC 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 2018 se han recibido en la Junta Arbitral del Ayuntamiento de Madrid 19 solicitudes en materia de arbitraje turístico; 10 en relación a agencias de viajes, 6 relativas a hostelería y 3 de hoteles y alojamientos turísticos.

1.3 INFORMACIÓN, DIVULGACIÓN Y COMUNICACIÓN SOBRE CONSUMO.

Además de la atención presencial personalizada, el IMC realiza de manera sostenida en el tiempo labores de divulgación y comunicación dirigidas a todas las personas consumidoras, con objeto de que estas puedan ejercer un consumo responsable de productos y servicios, poniendo a su disposición distintos materiales y canales de información general o sectorial.

Estas actividades se basan en el desarrollo de distintos programas, así como en la preparación, maquetación y edición de folletos o guías sobre temas específicos, dirigidas a cada una de 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, de acciones en espacio público, cartelería en mobiliario urbano, la radio municipal, redes sociales corporativas, notas de prensa o el blog municipal se instrumentan las acciones de comunicación dirigidas a la ciudadanía en general.

Campañas de información directa

El IMC promueve algunas campañas específicas que permiten a 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 2018 se han realizado las siguientes:

Información en ejes comerciales

Esta actividad se realiza en colaboración con asociaciones de consumidores integradas en el Consejo Municipal de Consumo.

El 15 de marzo, Día Mundial de los Derechos del Consumidor, se instalaron 7 puntos informativos, 4 en zonas con amplia actividad comercial y 3 en mercados municipales, en concreto los de Ventas, Puente de Vallecas y Alto de Extremadura.



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 IMC y por las asociaciones y técnicos de las asociaciones se encargaron de atender y responder a las cuestiones y consultas formuladas por los/as ciudadanos/as referidas a esta materia.

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 a los 7 convenios bilaterales vigentes instalan otros tantos puntos informativos en fechas señaladas en zonas comerciales con importante afluencia de público. 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, 140 horas en el conjunto del programa.

Instalación de puntos informativos sobre consumo en mercadillos

Se han instalado en 14 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 información 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 280 horas en el conjunto del programa.

Relación de mercadillos municipales en los que se desarrolló el Programa de Información en Mercadillos. Año 2018.

❖ CENTRO Parque de la Cornisa	❖ CARABANCHEL Vía Lusitana
❖ FUENCARRAL- EL PARDO Santa Ana	❖ VILLA DE VALLECAS Sierra Gorda
❖ PUENTE DE VALLECAS. Fontarrón Aragoneses	❖ VICÁLVARO San Cipriano
❖ CIUDAD LINEAL Santa Genoveva Gandhi	❖ SAN BLAS-CANILLEJAS Arcos del Jalón
❖ LATINA Rafael Finat	❖ TETUÁN Marqués de Viana
❖ HORTALEZA Alcornisa- C/ Silvano	❖ VILLAVERDE Ciudad de los Ángeles

Elaboración de material divulgativo

Esta actividad tiene como objetivo dar a conocer a las personas consumidoras información general o sectorial para mejor ejercicio de sus derechos como tales, promoviendo un consumo responsable e informado de productos y servicios. Estos materiales, que se maquetan en formato digital y, en muchos casos, se editan en formato impreso, permiten dar soporte a las campañas de comunicación realizadas cada año, a los eventos desarrollados en materia de consumo y a los proyectos en los que participa el IMC, o bien están destinados a dar a conocer servicios como la OMIC o el arbitraje de consumo.

En cuanto a su formato se trata de folletos, guías, documentos, cartelería, tomando un peso cada vez mayor las piezas para web, redes sociales o para inserción en medios de comunicación.

Entre el material divulgativo hay materiales de nueva elaboración mientras que, otros que responden a actualizaciones necesarias por cambios legislativos, o bien a ediciones en formato impreso o reediciones de algunos folletos o códigos de buenas prácticas sectoriales. Continuando con la labor iniciada el anterior, se ha procedido a la edición en formato impreso de algunos folletos y guías en otros idiomas, destinados a los turistas extranjeros que visitan nuestra ciudad, de modo que tengan a su disposición información general sobre consumo y sobre cómo presentar una reclamación, para poder hacer su distribución en puntos de información turística, en colaboración con los servicios turísticos municipales.

Entre los materiales divulgativos de nueva elaboración cabe citar la “Guía sobre finanzas éticas”, que tiene como objetivo acercar las finanzas y los seguros éticos a la ciudadanía, desde un punto de vista práctico y en dos ámbitos complementarios: el ahorro en una entidad financiera

ética y la financiación de actividades sostenibles desde un punto de vista económico, social y ambiental.

La campaña realizada sobre alimentación sostenible, destinada a promover el consumo de alimentos frescos, de temporada y de origen local, además de otros materiales, ha comportado también la elaboración y diseño de cuatro dípticos, que se han producido tanto en formato digital como impreso.

Entre los nuevos elementos divulgativos se encuentran también los necesarios para el desarrollo de la 12ª Conferencia Internacional de ciudades por el Comercio Justo, celebrada en Madrid, que comprendió el diseño y edición de diversos materiales (imagen, logo, folleto programas de la conferencia en español y en inglés, piezas para web y redes, enaras, muppis digitales, merchandising, etc.).

Se han editado 2.000 ejemplares del tríptico de “Comercio Justo” en inglés para su distribución entre los asistentes a la conferencia y en los programas de información en ejes comerciales.

Como continuación del programa existente en años anteriores de atención a los turistas que visitan nuestra ciudad, se ha reeditado el folleto “Cómo reclamar en materia de consumo”, realizándose la impresión en cinco idiomas (castellano, francés, inglés, italiano y alemán), estando su versión digital también disponible en la web del Ayuntamiento de Madrid. Así mismo, se ha reeditado e impreso en tres idiomas (castellano, francés e inglés) la guía básica de consumo para turistas.

En lo que respecta a impresión de materiales maquetados en años anteriores cabe destacar los destinados a prevenir la pobreza energética (carpeta y fichas informativas) y estrategias para ahorrar en la factura de la luz, así como los referidos a dos de los ámbitos recogidos en el PICS. También se ha editado en formato impreso el folleto dedicado a la promoción de la madera tropical sostenible, elaborado y maquetado el pasado año, y otro destinado a la difusión del sistema arbitral de consumo, así como algunos códigos de buenas prácticas sectoriales.

En cuanto a las reediciones y actualizaciones, además de la de la tradicional “Guía de consumo en Navidad”, cabe destacar la de un conjunto de materiales en los que ha sido necesario revisar el contenido sobre electricidad, al reformarse la regulación sobre el bono social a finales de 2018 (guía “Los Mayores y el Consumo”, estrategias para ahorrar en la factura de la electricidad, PICS Energía, movilidad y residuos y cinco de las fichas informativas sobre energía), así como dos códigos de buenas prácticas referidos respectivamente al comercio del calzado y a las estaciones de servicio.

Los materiales divulgativos están disponibles en soporte electrónico dentro del apartado “Publicaciones” del espacio temático de consumo de la web municipal y la mayoría 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
Guía sobre finanzas éticas	Guía	Digital/impreso
Alimentación sostenible. Fresco, local, de temporada	Díptico	Digital/impreso
Alimentación sostenible. Productos de temporada	Díptico	Digital/impreso
Alimentación sostenible. Productos frescos	Díptico	Digital/impreso
Alimentación sostenible. Producto local.	Díptico	Digital/impreso
XII Conferencia Internacional de ciudades por el Comercio Justo. Programa en castellano	Dípticos (2)	Digital/impreso
Cómo reclamar en materia de consumo (castellano, inglés, francés, italiano y alemán)	Dípticos (5)	Digital/impreso
Guía básica de consumo para turistas (castellano, inglés y francés)	Guías (3)	Digital/impreso
Comercio Justo (inglés)	Tríptico	Digital/impreso
Pobreza energética	Carpeta y 18 fichas	Digital/impreso
Actualización fichas pobreza energética	Fichas (5)	Digital/impreso
Estrategias para ahorrar en la factura de la electricidad y su actualización	Guía (2)	Digital/impreso
Las personas mayores y el consumo (actualización)	Guía	Digital/impreso
Plan Impulso del Consumo sostenible (PICS)	Díptico	Digital/impreso
Energía, movilidad y residuos (PICS) y su actualización	Dípticos (2)	Digital/impreso
Finanzas y seguros éticos (PICS)	Díptico	Digital/impreso
Madera tropical sostenible	Tríptico	Digital/impreso
El Sistema Arbitral de Consumo	Tríptico	Digital/impreso
Telefonía fija y móvil	Cuadríptico	Digital/impreso
Consejos para consumo en Navidad (actualización)	Guía	Digital
Venta y reventa de entradas. Recomendaciones a las personas consumidoras	Tríptico	Digital/impreso

Carteles para mobiliario urbano y material de apoyo para campañas

- Cartel para muppi “Elige el mundo en el que quieres vivir” con motivo de la celebración del Día Mundial del Comercio Justo.
- Animación para muppi digital para la Conferencia Internacional de ciudades por el Comercio Justo, enararas en español y en inglés, piezas para redes y web, bolsas.
- Campaña de sensibilización y concienciación sobre alimentación sostenible y saludable. Carteles de 50 x 70 (4 carteles), cartelería para columnas y para muppis, además de animación para muppi digital y recursos para redes.



Códigos de Buenas Prácticas y material de apoyo

A lo anterior hay que sumar la edición en formato impreso de 4 Códigos de Buenas Prácticas referidos a los siguientes sectores, de los cuales los dos primeros han sido objeto de actualización normativa y nueva maquetación:

- Código en el sector de Estaciones de Servicio
- Código en el sector de detallistas de la carne
- Código en el sector de aves, huevos y caza
- Código en el sector de Calzado



Como material de apoyo y de forma complementaria, se han actualizado y normalizado los protocolos de autocontrol correspondientes a los sectores de calzado; estaciones de servicio; aves, huevos y caza y detallistas de la carne; así como el impreso de solicitud de adhesión a Códigos de Buenas Prácticas.

Actualización del contenido del espacio web corporativo sobre consumo

Los contenidos de consumo dentro de la página web corporativa se encuentran dentro del área temática de Actividad económica y Hacienda, contando además con una dirección que permite el acceso directo al conjunto de contenidos www.madrid.es/consumo y otra destinada a la información sobre comercio justo www.madrid.es/comerciojusto.

Comenzando por la actualización de los contenidos de la conocida como OMIC virtual, espacio dedicado a la información general y sectorial sobre consumo, durante 2018 se ha procedido al mantenimiento y actualización de los espacios sectoriales existentes, así información monográfica sobre dos nuevos temas:

- Ventas a distancia y fuera de establecimiento mercantil
- Comercio electrónico

Al haberse ampliado con estas dos nuevas temáticas, la información en web cuenta actualmente con 16 espacios de información sectorial. Dentro de ellos se ha procedido también a la actualización de contenidos debidos a modificaciones legislativas, destacando en particular el caso del dedicado a la electricidad (nueva regulación del bono social, suspensión del suministro y normativa). Adicionalmente se han modificado los contenidos necesarios para mantener permanentemente actualizadas tarifas y precios de combustibles. En cuanto a la OMIC se ha incluido toda la información relativa a la evaluación de su carta de servicios.

Se han mantenido actualizados también los especiales informativos dedicados a asesoramiento en la gestión de la economía doméstica, el referido a las asociaciones de consumidores, en lo que respecta a la composición de vocales del Consejo Municipal de Consumo, así como el apartado referido a publicaciones, de modo que todos los materiales divulgativos desarrollados sean también descargables desde la página web corporativa.

En total este proceso ha comportado 176 actualizaciones, 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 dado continuidad a la labor de mantenimiento y actualización, en particular el listado de empresas adheridas al Sistema Arbitral de Consumo y a los diferentes códigos sectoriales; normalización de impresos y formularios (oferta pública de adhesión al SAC, solicitud de adhesión a CBP, protocolos de Autocontrol) y se han publicado los códigos de buenas prácticas editados y su documentación complementaria.

En cuanto al *espacio destinado a Comercio Justo* cabe destacar además de la publicación de los informes de actividad y programas de trabajo del Foro Municipal de Comercio Justo, la de varias noticias en el apartado de “Eventos y actividades” con motivo de la celebración del Día Mundial del Comercio Justo (12 de mayo), del Mes de Comercio Justo (mes Fairtrade), de actividades que vinculan el comercio justo y la igualdad de género (14 de febrero), el Premio sobre comercio justo y ético (26 de mayo y 28 de junio) y la XII Conferencia internacional de Ciudades por el Comercio Justo (19 de octubre).

El *Diccionario de Consumo*, accesible en la web, contiene actualmente 322 voces ordenadas alfabéticamente. Durante el año 2018 se han añadido las 3 nuevas voces siguientes:

- Admisión, derecho de [facultad de la que dispone el empresario titular de un establecimiento o local de pública concurrencia o el organizador de un evento]
- Actividad recreativa [la dirigida al público en general con la finalidad de que los asistentes participen en ella o de ofrecerles servicios de esparcimiento, ocio, entretenimiento, recreo o diversión]
- Apartamento turístico [modalidad de alojamiento turístico diferente de la vivienda de uso turístico]

En cuanto a *nuevos especiales informativos en web*, cabe destacar la creación del dedicado a “Consumo sostenible”, que cuenta con todos los materiales preparados para las campañas de sensibilización desarrollados y que está estructurado según los distintos ámbitos del PICS.

Además, una de las medidas del PICS cuenta con un especial informativo propio para dar a conocer a la ciudadanía y promover la participación en su actividad. Se trata en concreto de la de la apertura de los espacios de consumo sostenible en 2018 en los distritos de Centro, Fuencarral-El Pardo y Moratalaz. En este especial informativo se detalla la agenda de actividades de cada espacio, horarios, localización y documentación para aportar iniciativas a desarrollar en los mismos o la participación en ellos.

Adicionalmente se ha introducido un nuevo apartado en el índice de contenidos de consumo, destinado a ofrecer información complementaria sobre *Protección de datos de carácter personal* conforme a lo dispuesto en la nueva normativa sobre la materia que entró en vigor en 2018.

Campañas de comunicación sobre consumo

La actividad de información se ha complementado con el desarrollo de determinadas campañas orientadas a la divulgación general o específica en materia de consumo y a la sensibilización de la ciudadanía para la promoción del consumo responsable. Para ello se han utilizado distintos medios como la producción y exhibición de carteles, la inserción de contenidos en la web y el blog corporativo, así como notas de prensa, entrevistas de radio y contenidos en redes sociales. Entre estas campañas cabe destacar las siguientes:

- **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 diseñó un folleto dedicado al fomento del consumo de madera tropical sostenible. Se editaron 2.500 unidades, procediéndose a su distribución a través de la OMIC, así como en eventos municipales relacionados con el consumo sostenible y los programas informativos desarrollados en colaboración con las asociaciones de consumidores. También se llevó a cabo la inserción de carteles en marquesinas de autobuses a finales de 2017 y principios de 2018 (del 25 de diciembre de 2017 al 13 de enero de 2018).
- **Día Mundial del Comercio Justo.** Como cada año, el segundo sábado del mes de mayo, tuvo lugar esta conmemoración, con el desarrollo de distintas acciones para acercar a la ciudadanía el valor social de los productos de Comercio Justo. Este año la actividad se desarrolló en el marco de la fiestas de San Isidro y fue apoyada los días previos con una campaña de comunicación en redes sociales (#SomosComercioJusto) y por otros medios, entre los que cabe citar la publicación de noticias relacionadas con el evento en la página web municipal, la participación en diversas sesiones en la radio del Ayuntamiento de Madrid, así como la publicación de la noticia en la revista magazine m21. Todo ello fue complementado con una campaña en 100 marquesinas de autobuses que se desarrolló del 7 al 13 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 11 y el 17 de junio con la campaña “Mares para siempre”.
- **Open day de Comercio Justo.** En 2018 la celebración del Open Day, coincidió con la celebración de la 12ª Conferencia Internacional de Ciudades por el Comercio Justo, organizándose varias acciones dirigidas a los medios de comunicación para informar de los objetivos y contenidos del encuentro. Así, la actividad tuvo una importante repercusión en los diferentes canales informativos: webs, blogs, prensa digital, y videos. También se desarrolló un gif animado para la inserción en muppis digitales, que fue

exhibido durante la propia semana de la conferencia, del 15 al 21 de octubre en un circuito de 300 de ellos. Esta actividad también tuvo un impacto importante en las redes sociales, desde la cuenta central del Ayuntamiento, se contabilizó un impacto de 7.640 personas en facebook y 14.571 impresiones en twitter.

- **Presentación de los espacios de consumo sostenible.** La apertura de los espacios de consumo sostenible ha dado lugar a una campaña que se tramitó con carácter anticipado en 2018 para el diseño y creatividad de una imagen identificativa de los mismos, para el desarrollo de una campaña comunicación en diferentes medios en el siguiente ejercicio. También en diciembre se produjo la presentación oficial de los espacios que contó con nota de prensa y difusión en redes sociales. Como complemento se creó un especial informativo en la web corporativa, que se mantiene permanentemente actualizado.
- **Campaña Alimentación Sostenible.** Esta campaña se ha desarrollado en colaboración con el Área de Coordinación Territorial y Colaboración Público-social en el marco del PICS y de la Estrategia Alimentaria. El IMC ha tramitado un contrato basado para la creatividad y el plan de medios para el desarrollo de una campaña de sensibilización que promueva la alimentación sostenible y saludable. Los materiales desarrollados han consistido en cartelería para su exposición en distintas unidades municipales así como para muppis y columnas, el diseño de un muppi digital y de piezas para redes sociales y cuatro folletos informativos que se han distribuido en distintos espacios municipales. Está previsto que la difusión continúe durante el ejercicio 2019.

LINEA DE ACCIÓN II

FORMACIÓN EN CONSUMO

Con carácter anual se desarrollan programas de formación en materia de consumo. El correspondiente a 2018 supone la continuidad del ya realizado en 2017 y comprende un conjunto de actividades dirigidas a las personas consumidoras, con especial incidencia a los colectivos que, conforme a la normativa de consumo, deben ser objeto de especial protección. Se complementa con otras dirigidas a los establecimientos comerciales, manteniéndose el formato de visitas informativas que permiten 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 desarrollados para distintos sectores comerciales.

Este cuanto a la formación específica en materia de consumo dirigida a los/as trabajadores/as municipales, desde el IMC se programan anualmente un conjunto de cursos específicos sobre consumo, de carácter general o sectorial, como medida que facilita la actualización de conocimientos sobre la normativa de consumo. En 2018 se han impartido cursos de formación interna sobre 7 temáticas. Seis de ellos han tenido 2 ediciones y uno una sola edición. La capacidad fue de asistentes de 260 plazas.

2.1 PROGRAMA DE FORMACIÓN EN CONSUMO

Acciones formativas dirigidas a las personas consumidoras

El Programa de formación 2018 contemplaba una amplia oferta de acciones formativas, especialmente dirigida a determinados colectivos, en concreto: escolares, personas discapacitadas, inmigrantes y las personas mayores, programando una serie de actividades adaptadas en cuanto a su formato y contenido a los/as participantes.

La formación en materia de consumo ha comprendido 1.299 acciones formativas dirigidas a personas consumidoras pertenecientes a alguno de los colectivos anteriormente citados que han contado con un total de 32.624 asistentes.

Las acciones se han desarrollado en 151 centros escolares, 10 centros de inmigrantes y personas discapacitadas, 15 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:

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, que busca la interacción con los/as alumnos/as participantes. Con estos talleres se impulsa una formación específica sobre consumo desde la infancia y constituye un complemento a la enseñanza reglada.

El número total de talleres impartidos en 2018 ascendió a 1.187, en los que participaron 26.655 alumnos/as. Sus temáticas las eligieron los propios centros dentro de una variada oferta, que se indica a continuación. La acción de formación quedó integrada en el Plan de Impulso del Consumo Sostenible aprobado por la Junta de Gobierno de la ciudad de Madrid, por lo que durante los últimos ejercicios, se ha complementado la oferta anteriormente existente con nuevas temáticas enfocadas a la promoción de los valores de este modelo de consumo.

Temática de los talleres de consumo	Comercio Justo
	Consumo sostenible de productos y servicios
	Gestión de la economía doméstica
	Las redes sociales y su utilización
	Economía social y solidaria
	Nuevas Tecnologías y comercio electrónico
	Ocio, juegos y juguetes
	La trazabilidad de lo que consumimos. Sellos, certificaciones
	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
	Finanzas y seguros éticos
	Publicidad y medio de comunicación

Como complemento del Programa de Asesoramiento en la gestión de la economía doméstica, 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 81 talleres, cifra que casi duplica los realizados el año anterior sobre esta temática. De ellos 45 tuvieron como destinatarios grupos de enseñanza primaria y 36 de enseñanza secundaria. La valoración obtenida en la evaluación, de 4,63 puntos sobre 5, refleja la buena acogida que han tenido estos talleres.

En cuanto a las temáticas de Comercio Justo y consumo sostenible, se han realizado 308 talleres de consumo sostenible en diferentes ciclos educativos (frente a los 291 del ejercicio anterior) y 119 talleres específicos de Comercio Justo. Entre estos últimos, 8 se desarrollaron dentro de la Feria del día Universal de la Infancia, el día 24 de noviembre, bajo el título "Comercio Justo: juega limpio", dando a conocer así entre la población infantil los valores de este tipo de comercio.

El resto de los talleres realizados ha versado sobre las distintas temáticas recogidas en la tabla anterior. La evaluación efectuada arroja una valoración media para el conjunto de los talleres de 4,62 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 deben 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 2018 se han desarrollado 4 gymkhanas de consumo, el mismo número que en el ejercicio anterior, con un total de 67 personas participantes. En la evaluación efectuada para esta actividad se otorgó una puntuación media de 4,15 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 práctica 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 2018 se desarrollaron 17 supermercados, con 144 participantes. En la evaluación efectuada se le otorga una puntuación media de 4,25 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.

Centro Municipal	Distrito	Centro Municipal	Distrito
Benito Martín Lozano	Centro	Evangelios	Usera
Pérez Galdós	Retiro	Luca de Tena	Arganzuela
La Guindalera	Salamanca	Moratalaz	Moratalaz
La Remonta	Tetuán	Bucaramanga	Hortaleza
Ciudad de México	Latina	Manuel Alexandre	Ciudad Lineal
Vocal Vecino Justo Sierra	Fuencarral-El Pardo	Miguel Delibes	Villaverde
Aravaca	Moncloa-Aravaca	Villa de Vallecas	Villa de Vallecas
Vicálvaro	Vicálvaro	Pablo Casals	San Blas-Canillejas
Santa Engracia	Chamberí	El Pozo	Puente de Vallecas
Francisco de Goya	Carabanchel	Acuario	Barajas
Nicolás Salmerón	Chamartín		

Durante esta actividad, se distribuyó la guía divulgativa “Las personas mayores y el consumo”, 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 4.080 guías.

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

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 412 encuestas realizadas indican que ha habido una mayor participación de mujeres, un 59% del total, frente al 41% 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 47% de ellas no sabe cómo formular una reclamación y un 55% no conoce la forma de solicitar información sobre consumo. En torno al 43% de las personas mayores encuestadas prefiere que se les informe de ésta y otras cuestiones sobre consumo en los Centros de Mayores. Estos datos, ponen de relieve la importancia de mantener las acciones formativas e informativas para este colectivo y acercarlas a los centros municipales de mayores.

- **Sesiones formativas para personas adultas**

Estas sesiones de dos horas de duración, que se imparten en centros de formación de personas adultas permiten exponer y debatir distintos temas básicos sobre consumo. Las temáticas propuestas han sido similares a las de la oferta formativa realizada el año anterior, en concreto las siguientes:

- 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 de estas sesiones formativas, en 15 centros de formación de personas adultas de la ciudad de Madrid, que contaron con 1.266 asistentes. La temática mas demandada ha sido “Publicidad y medios de comunicación”. 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 2018, se realizó, como es tradicional, una campaña informativa dirigida a establecimientos comerciales, que se desarrolla a través de visitas en zonas seleccionadas de la ciudad. Sus objetivos son los siguientes:

- Elevar la calidad de los servicios de los comercios madrileños a través de la formación a los comerciantes sobre los principales derechos de las personas consumidoras.
- Informar a los establecimientos de la obligatoriedad de poner a disposición de éstas las hojas oficiales de reclamaciones y mostrar en lugar visible el cartel informativo de su disponibilidad.
- Dar a conocer 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 pregunta 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 2018 se han realizado visitas personalizadas a 702 establecimientos. Las zonas de actuación seleccionadas en coordinación con la Dirección General de Comercio y Emprendimiento han sido los distritos- barrios de Chamberí-Arapiles y Gaztambide, Arganzuela, Villa de Vallecas y Puente de Vallecas.

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

<u>ZONAS:</u>	<u>Nº DE ESTABLECIMIENTOS VISITADOS</u>
Arganzuela-----	188
Chamberí: Arapiles -----	133
Chamberí: Gaztambide -----	147
Villa de Vallecas -----	142
Puente de Vallecas -----	92
TOTAL:	702

Del total de establecimientos visitados, el 98% disponía de hojas de reclamaciones y el 88% exhibía el cartel informativo y al resto se les ha facilitado información sobre como solicitarlas y obtenerlas gratuitamente, así como la posibilidad de descargarlas de la web corporativa.

En cuanto al Sistema Arbitral de Consumo, un 6% de los establecimientos visitados manifiestan conocerlo, aunque únicamente un 4% se encontraba ya adherido. Durante la campaña de visitas se ha facilitado información general sobre este sistema y la documentación necesaria para la solicitud de adhesión. De los establecimientos visitados, 469 pertenecen a un sector que dispone de Código de Buenas Prácticas, de los cuales 9 estaban ya adheridos al código sectorial correspondiente, habiéndose facilitado información a los restantes.

Resumen del programa de formación en consumo

En síntesis, el programa de formación en consumo correspondiente al ejercicio 2018 comprendió un total de 2.001 acciones formativas. El número de acciones formativas es similar al año pasado aunque este año el número de participantes se ha incrementado en un 3,9%, en 2018 fue de 33.326, frente a las 32.076 del ejercicio 2017.

Al igual que en el ejercicio anterior, los datos de las acciones formativas destinadas a personas consumidoras se presentan desagregados por género, habiendo participado un 50,83% de hombres y un 49,17% 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 2018					
Destinatarios	Tipo de acción	Nº de acciones	Nº de participantes	Hombres	Mujeres
Personas consumidoras	Talleres de consumo	1.187	26.655	13.663	12.992
	Gymkhanas de consumo	4	67	37	30
	Supermercado itinerante	17	144	93	51
	Sesiones formativas para personas adultas	70	1.266	548	718
	Sesiones en centros municipales de personas mayores	21	4.492	169 ⁽¹⁾	243 ⁽¹⁾
Representantes empresariales	Visitas a establecimiento comerciales	702	702		
TOTALES		2.001	33.326		

¹Este dato recoge únicamente la desagregación de los participantes en las 412 encuestas realizadas en los centros de mayores.

2.2 FORMACIÓN ESPECIALIZADA EN MATERIA DE CONSUMO PARA EMPLEADOS/AS DEL AYUNTAMIENTO DE MADRID.

Dentro de los programas de formación para empleados municipales, el IMC en colaboración con la Escuela de Formación del Ayuntamiento de Madrid, propone distintas temáticas de formación específica 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, considerando que el consumo tiene una incidencia en nuestra vida diaria y, considerando que podría ser de interés mejorar entre el conjunto de empleados/as municipales el conocimiento de sus derechos como personas consumidoras y fomentar un consumo responsable de productos y servicios, algunos de los cursos programados en 2018 han tenido un enfoque más amplio, dirigiéndose al conjunto de la plantilla municipal.

En el año 2018, las labores formativas específicas en materia de consumo, cuya programación y coordinación de su desarrollo correspondió al IMC fueron las siguientes:

Formación en materia de consumo para empleados/as del Ayuntamiento de Madrid. Año 2018			
Título del curso	Ediciones	Nº de horas	Nº de alumnos/as
Agencias de Viajes, viajes combinados, transporte aéreo y terrestre.	1	21	20
Academias de Enseñanza no Reglada	2	15	40
Publicidad Engañosa. Prácticas Comerciales Desleales	2	15	40
El derecho de admisión desde la seguridad ciudadana y la defensa de los consumidores/as y usuarios/as	2	15	40
Consumo sostenible y comercio Justo.	2	21	40
Protección al consumidor/a deudor/a hipotecario	2	21	40
Tus derechos como consumidor/a responsable de productos y usuario de servicios. ¿Sabes cuáles son y cómo defenderlos?	2	15	40
TOTALES	13	123	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.

2.3 RESUMEN DE ACTIVIDADES DE FORMACIÓN.

El conjunto de actividades formativas en materia de consumo realizadas en 2018, 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.

<i>Resumen de acciones formativas. Año 2018</i>		
	Nº acciones formativas	Nº participantes
Programa de formación en consumo	2.001	33.326
Formación empleados/as del Ayuntamiento de Madrid	7	260
TOTAL	2.008	33.586

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 2018 se han ejecutado las actuaciones que se indican a continuación.

Revisión y actualización de Códigos de Buenas Prácticas aprobados



Actualmente existe un conjunto de 19 Códigos de Buenas Prácticas y Manuales aprobados. Teniendo en cuenta los numerosos cambios normativos que se van produciendo y que pueden afectar a distintos sectores empresariales y profesionales, resulta imprescindible mantener un programa de revisión y actualización de los códigos de buenas prácticas existentes.

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 2018 se ha procedido a la actualización del contenido de dos de estos códigos correspondientes a los sectores del Calzado y al de Estaciones de Servicio, respectivamente, así como a su edición.

Además, se han editado de los códigos correspondientes a los sectores de Detallistas de la Carne y de Aves, Huevos y Caza.

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

Del 15 de marzo al 8 de junio de 2018, se ha llevado a cabo una campaña de comunicación directa dirigida a las empresas de forma individualizada, cuyas solicitudes de adhesión a los códigos se han tramitado lo largo de todo el ejercicio 2018. Esta campaña ha supuesto la realización de 295 visitas a establecimientos del sector de restauración y ocio de nuestra ciudad, con el objetivo dar a conocer los Códigos de Buenas Prácticas, las ventajas que conlleva la adhesión, tanto para el empresario como para el consumidor, 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, entre los que figura la adhesión al sistema arbitral de consumo como medio de resolución de los posibles conflictos surgidos entre empresarios y consumidores.

Durante 2018 se han tramitado un total de 229 solicitudes de adhesión a Códigos de Buenas Prácticas y se han realizado 259 requerimientos para la subsanación de las deficiencias detectadas en la documentación aportada por las empresas, encontrándose al cierre del ejercicio la mayoría de los expedientes en tramitación, cuestión por la cual únicamente pueden contabilizarse 7 nuevas adhesiones en el ejercicio, ya que la conclusión del procedimiento correspondiente se producirá ya en el ejercicio siguiente. Teniendo en cuenta también los establecimientos que han desistido o que no han renovado su adhesión, el número de establecimientos adheridos a Códigos de Buenas Prácticas a final del ejercicio 2018 es de 1.517

Número de expedientes de adhesión a los Códigos de Buenas Prácticas		
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
2018	229	1.517

LINEA 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 IMC y en los distritos, tienen como fin prevenir, detectar y corregir, en su caso, los posibles incumplimientos respecto a la normativa legal.

4.1 PROGRAMA DE INVESTIGACIÓN

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

Su actuación se dirige en gran medida a la investigación de problemas detectados que tienen afectación general o a un colectivo 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 colabora también en análisis jurídico de proyectos o cuestiones que afectan a la actividad del IMC.

En concreto, durante el año 2018 ha elaborado informes referidos a las siguientes materias: observaciones al proyecto de Decreto por el que se modifica la regulación de los apartamentos turísticos y viviendas de uso turístico de la Comunidad de Madrid; alternativas de regulación de rastrillos vecinales en la ciudad de Madrid a través de modificación de las ordenanzas vigentes y análisis DAFO del proyecto; riesgos derivados de la compra de entradas para espectáculos públicos a través de reventa no autorizada por el promotor del evento y alcance de la función inspectora en relación con el control oficial de facturas u otros documentos que incluyan datos personales de las personas consumidoras.

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.

La muestra utilizada para el ejercicio de la acción colectiva contra las tres academias ha sido de 115 reclamantes para la presentación de la demanda finalmente formulada 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.

En septiembre de 2018, el IMC remitió a la Asesoría Jurídica del Ayuntamiento de Madrid su propuesta de testigos en relación con este procedimiento judicial, que viene tramitando el Juzgado de lo Mercantil nº 6 de Madrid, en Juicio Verbal (250.2) 625/2017, cuya vista ha sido convocada para el 2 de abril de 2019. Los cinco consumidores propuestos como testigos son consumidores que han obtenido ya resolución judicial favorable a sus pretensiones frente a la academia con la que contrataron, en la respectiva acción judicial individual que han ejercido, en el orden civil o penal.

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 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.

4.2 ACTIVIDADES DE INSPECCIÓN

La actividad inspectora desarrollada por el IMC 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 y sociales 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 2018 los servicios municipales de consumo han realizado las siguientes actuaciones:

- Nº campañas de inspección: 15
- Nº inspecciones en campaña: 12.435
- Nº de actuaciones fuera de campaña: 568
- Total inspecciones: 13.003
- Nº productos controlados: 8.235
- Nº de actas levantadas en total: 3.887

Campañas de Inspección. Año 2018			
	Inspecciones realizadas	Productos controlados	Nº de Actas
SERVICIO DE INSPECCIÓN DE CONSUMO + DISTRITOS MUNICIPALES			
Toma de muestras	101	101	101
Campaña de Navidad	488	1.765	155
Control general de establecimientos	3.300	2.891	1.302
Promoción de ventas	1.877	0	N/A (*)
SUBTOTAL	5.766	4.757	1.558
SERVICIO DE INSPECCIÓN DE CONSUMO			
Campaña:			
Seguridad de los productos (Red de Alerta)	1.816	0	356
Venta por Internet	86	0	44
SAT	58	0	11
Artículos Deportivos	206	1.591	63
Artículos Singulares	100	374	38
Enseñanza no reglada	144	0	14
SUBTOTAL	2.410	1.965	526
DISTRITOS MUNICIPALES			
Control general de venta ambulante y mercadillos	638	704	148
Gimnasios	353	0	183
Clínicas Dentales	676	0	315
Centros de Estética	2.034	0	881
Joyerías	558	809	251
SUBTOTAL	4.259	1.513	1.778
TOTAL CAMPAÑAS	12.435	8.235	3.862
Otras actuaciones (Oficio, denuncias, reclamaciones, y no programadas)	568	0	25

(*) 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 2018 un total de 475 expedientes remitidos por el Servicio de Información al Consumidor, los servicios de consumo de los Distritos, la Administración del Estado o la Comunidad de Madrid (Dirección General de Comercio y Consumo), 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.

Tras completar las actuaciones inspectoras requeridas para la tramitación de tales expedientes han resultado:

- 41 informes motivados en los que se ha apreciado que la empresa había incurrido en alguna infracción tipificada por la normativa de protección de los consumidores y que han dado lugar al ejercicio de potestad sancionadora por el IMC
- Otros 39 informes motivados en los que se ha apreciado similar responsabilidad administrativa pero en los que el Ayuntamiento de Madrid se ha visto obligado a inhibir actuaciones y dar traslado de los respectivos expedientes a la Dirección General de Comercio y Consumo de la Comunidad de Madrid, ya que se trataba de empresas no domiciliadas en la ciudad de Madrid

- Denuncia motivada a la Agencia Española de Protección de Datos contra las empresas titulares de 15 páginas web, con detalle de las presuntas irregularidades identificadas en materia de datos personales en los condicionados generales que utilizan en su contratación con personas consumidoras. En 2018 se han remitido a la Subdirección General de Inspección de la citada Agencia otras tres denuncias contra empresas frente a las que habían reclamado personas consumidoras, puesto que con independencia de que éstas hubiesen reclamado por otro motivo se constataron determinadas irregularidades en el acceso o en el tratamiento de datos de las reclamantes
- Traslado a la Fiscalía Provincial de Madrid de las reclamaciones presentadas por personas consumidoras contra un total de 12 empresas que habían cerrado sus establecimientos y cesado en su respectiva actividad mercantil y a las cuales no fue posible realizar la correspondiente actuación inspectora
- 4 denuncias a la Subdirección General de Servicios de la Sociedad de la Información como consecuencia del incumplimiento por las empresas titulares de determinadas páginas web de las obligaciones informativas les incumben en su condición prestadores de servicios de la sociedad de la información y de comercio electrónico
- 3 traslados a la Dirección General de Turismo de la Comunidad de Madrid por corresponder a controversias referidas a servicios o establecimientos turísticos
- 2 traslados a la Dirección General de Consumo (Ministerio de Sanidad, Consumo y Bienestar Social), con propuesta de inspección a otras tantas empresas no domiciliadas en España, tras haberlo alegado así en respuesta a la inspección que se les había intentado realizar

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 IMC 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 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 2018.

Actuaciones Red de Alerta. Año 2018	
Nº Actuaciones TOTALES	1.845
Instituto Municipal de Consumo	1.816
Policía Municipal	29
Nº Actas levantadas	358
Instituto Municipal de Consumo	356
Policía Municipal	2
Nº Productos retirados	2.101
Instituto Municipal de Consumo	2.095
Policía Municipal	6

4.3 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 IMC en el año 2018 ha sido de 332 y la cuantía de las multas impuestas ascendió a 2.458.284 euros. Comparativamente con el ejercicio anterior se produce un incremento del 14,4 % en cuanto a los expedientes incoados.

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

Con este fin, el IMC ha mantenido reuniones técnicas, en materia de inspección y control del mercado con asociaciones, entidades y organismos públicos, entre otros: Colegio Oficial de Odontólogos y Estomatólogos, Asociación Madrileña de Empresarios de Servicios Deportivos (ASOMED), Dirección General de Comercio y Consumo de la Comunidad de Madrid, Dirección General de Deportes del Ayuntamiento de Madrid y Policía Municipal.

Convenio de colaboración sobre control de la publicidad

En este convenio, que se suscribió en el año 2017 con dos años de vigencia, se enmarca la colaboración entre el Ayuntamiento de Madrid y la Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial (AUTOCONTROL), permite complementar la información necesaria para las actividades de investigación y control de la publicidad engañosa en lo que afecta a los derechos de las personas consumidoras.

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. En el año 2018, AUTOCONTROL nos ha informado de diversa publicidad que no es correcta y ha sido emitida por empresas reclamadas, que han rechazado su participación en el procedimiento y su sometimiento al Jurado de Autocontrol. Estudiada la publicidad, se ha actuado cuando ha sido procedente, inspeccionado y sancionando en su caso y también inhibiendo a otros organismos cuando por razón del territorio o de la materia eran ellos los competentes.

LÍNEA DE ACCIÓN V

PARTICIPACIÓN, COLABORACIÓN Y COORDINACIÓN EN CONSUMO

Dentro de esta línea de acción se resumen las principales actuaciones desarrolladas en 2018 por el IMC, en el ejercicio de la competencia que le corresponde de coordinación de las relaciones en materia de consumo no alimentario con otras Administraciones, organismos públicos y otras entidades, tendentes a una mejor defensa y protección de las personas consumidoras, en particular las relativas a la coordinación con los servicios de consumo distritales, a la colaboración con otros departamentos municipales buscando la transversalidad de la acción administrativa, así como con los servicios de consumo de la Comunidad de Madrid.

Se integra también en esta línea de acción la participación sectorial en materia de consumo a través del Consejo Municipal de Consumo, así como los programas de colaboración desarrollados con otros agentes sociales, en particular con las asociaciones de consumidores.

5.1 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 IMC 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 2018 cabe destacar las siguientes actuaciones:

- **Mantenimiento del espacio AYRE/Distritos/Consumo** Durante 2018 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 y eliminando aquellos contenidos no vigentes. Dentro de este espacio se publican, entre otros documentos, informes técnicos, memorias de actividad así como instrucciones, procedimientos y resultados de evaluación de los sistemas de calidad implantados en el IMC.
- **Resolución de Consultas** sobre criterios técnicos de actuación en materia de consumo formuladas por los Distritos. Se han elaborado 3 informes respuesta referidos a:
 - ▶ Etiquetado de velas aromáticas
 - ▶ Cobro por los servicios de asistencia técnica del análisis de la combustión en las calderas
 - ▶ Cobro de fianzas por reserva de móviles

Esta información está también disponible en la página web corporativa en cumplimiento de la vigente Ordenanza Municipal de Transparencia así como en el espacio de AYRE dedicado a “Consumo”.

- **Identificación de Cláusulas abusivas.** En los documentos de condiciones generales de la contratación correspondientes a 10 cadenas de gimnasios de implantación en todo el municipio de Madrid, con la emisión de los informes definitivos y su inclusión en AYRE /foro de inspección.

En este mismo ámbito, en 2018, se ha elaborado un documento en el que se recoge un listado histórico de todas las cláusulas abusivas que fueran aprobadas en las diversas convocatorias de la “Comisión de Régimen Sancionador de Consumo e identificación de las Cláusulas abusivas en los Contratos” así como las detectadas por el IMC en el trabajo que bien desarrollando de manera continuada en esta materia.

- **Actividad inspectora y de control del mercado.** Se han mantenido 3 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, incluyendo en el orden del día aquellas actuaciones y materias que requerían una puesta en común en lo que respecta a la actividad inspectora.

De las conclusiones y criterios adoptados tras estas reuniones se ha elaborado el informe correspondiente, que se ha sido incorporado al foro de campañas de inspección.

- **Gestión de las campañas de inspección de consumo a realizar por los distritos en 2018, a través del foro Ayre/distritos/consumo.** En este foro, integrado en el espacio de 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 2018 se ha realizado la programación de 8 campañas de inspección a desarrollar con los distritos, determinando las directrices para su ejecución a través del foro. Las campañas incluidas han sido:

- Inspección y control de Gimnasios
- Inspección y control de Joyerías
- Inspección y control de Clínicas Dentales
- Inspección y control de Centros de Estética
- 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.

Dentro de la Campaña de inspección y control de gimnasios, y ante de la necesidad de identificar las cláusulas abusivas que puedan incluir los documentos de las condiciones generales utilizadas por las empresas en su contratación con consumidores/as, con la finalidad de poder reaccionar jurídicamente frente a ellas con un criterio único dentro del Ayuntamiento de Madrid, se determinó la formación de pequeños grupos de trabajo entre el personal inspector adscrito a los Distritos, que realizó un análisis inicial de los citados documentos y posteriormente fue revisado por el Servicio de Inspección del IMC, emitiendo el informe definitivo correspondiente a 10 cadenas de gimnasios implantadas en el municipio de Madrid.

● **Otras actuaciones.** Entre ellas cabe destacar las siguientes:

- Mantenimiento y actualización de los modelos de comunicación con las personas consumidoras y las empresas de la aplicación informática de **SIGSA. (OMIC)** utilizados singularmente por los Distritos, con la inclusión de las nuevas leyendas de protección de datos de acuerdo a la nueva normativa.
- Coordinar con el Servicio de Implantación y Seguimiento de Servicios de la Subdirección General de Atención a la Ciudadanía, la información que se suministra en la aplicación de Cita Previa utilizada por las OMIC Distritales con remisión a los Distritos de los informes anuales de seguimiento de la misma, al tener el IMC un representante en el grupo de redacción y gestión de la Carta de Servicios de Cita Previa, certificada por AENOR.
- En materia de protección de datos de carácter personal y como consecuencia de la entrada en vigor de nueva normativa en la materia, desde el IMC se ha actualizado la leyenda sobre protección de datos incluida en el modelo oficial en formato papel de Hojas de Reclamaciones, que es suministrada desde todas las oficinas de OMIC a los titulares de actividades comerciales que los solicitan. Asimismo, se han formateado las nuevas Actas de Inspección para proceder a la incorporación de la nueva información básica y adicional que requiere la legislación sobre protección de datos vigente, de acuerdo con la imagen corporativa, con su inclusión en el catálogo de imprenta.

Participación en órganos colegiados y grupos de trabajo municipales

Durante el ejercicio 2018 el IMC ha colaborado con los siguientes órganos, a través de la integración en mesas de trabajo como vocal de los órganos colegiados, a título propio dentro de las materias de su competencia como vocal representante del Área de Gobierno de Salud, Seguridad y Emergencias:

- 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

Actuaciones relacionadas con la integración de la actividad del IMC con otros planes y estrategias municipales en desarrollo

La actividad desplegada por el IMC relativa a información y atención personalizada a las personas consumidoras, la elaboración de material divulgativo, la formación en materia de consumo, el plan de trabajo del Foro Municipal de Comercio Justo, así como la ejecución del Plan de Impulso del Consumo Sostenible de la ciudad de Madrid tienen incidencia en otros planes y estrategias municipales en desarrollo.

Es por ello que han quedado incorporados a dichos planes un variado conjunto de acciones cuyo desarrollo corresponde total o parcialmente al IMC. En 2018 se ha trabajado de manera transversal con otras áreas de gobierno, proponiendo acciones y colaborando en el ámbito de su competencia en los procesos de elaboración, presentación pública, establecimiento de indicadores o evaluación y seguimiento de estos planes o estrategias, según el estadio en que se encuentra cada uno de ellos.

- **Ciudades amigables con las personas mayores.** El Ayuntamiento de Madrid se integró en este proyecto promovido por la Organización Mundial de la Salud, habiendo realizado un diagnóstico inicial, al que siguió la formulación de plan estratégico de acción, en cuyo desarrollo ha venido colaborando el IMC, junto con las restantes áreas del gobierno municipal, a través de un grupo de trabajo constituido al efecto. A este plan el IMC viene contribuyendo con actividades de información y divulgación sobre consumo, destinadas específicamente al colectivo de las personas mayores, integradas dentro del eje “Entorno social”, área “Comunicación e Información” de este plan estratégico, evaluando con la periodicidad establecida los indicadores correspondientes.

Una de éstas acciones consiste en la instalación de puntos informativos en materia de consumo en centros de mayores. Se han realizado 21 sesiones. Los usuarios atendidos en 2018 en estos puntos han sido 4.492, superando ampliamente el objetivo fijado (2.500).

La otra se refiere a la revisión y actualización permanente de la guía “Las personas mayores y el consumo”. Se ha procedido a la revisión del capítulo destinado a electricidad. Su difusión se ha hecho en formato electrónico a través de la web madrid.es, habiéndose editado también en formato impreso. Se han 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.

- **Estrategia Municipal de Economía social y solidaria.** Esta estrategia incluye varias medidas cuyo desarrollo corresponde al IMC, en concreto sus acciones 5, 7, 12 y 19 que se refieren a sensibilización, promoción sobre consumo responsable en los ámbitos de la alimentación, finanzas, energía, etc.; la apertura de espacios públicos a las iniciativas de consumo sostenible, dando visibilidad a las impulsadas por las entidades de la economía social y solidaria y del tejido local de los distritos, así como la incorporación de contenidos de economía social y solidaria dentro del programa anual de formación del IMC y para empleados municipales.

Dentro de las Jornadas de presentación de esta estrategia celebradas el 9 y 10 de octubre de 2018, el IMC participó en la mesa redonda sobre “Herramientas municipales de promoción de la economía social y solidaria” para describir la interacción de la estrategia con la promoción del consumo sostenible y el grado de desarrollo de las acciones cuya ejecución le corresponde impulsar.

- **Estrategia alimentaria.** Dentro de esta estrategia desarrollada en el marco de la mesa del Pacto de Milán se han incluido varias acciones en cuyo desarrollo participa el IMC, referidas en concreto a actuaciones informativas y campañas de sensibilización en materia de consumo sostenible de productos ecológicos y de proximidad, el portal web de consumo sostenible que incorpora un espacio dedicado al ámbito de la alimentación, así como el desarrollo de actividades referidas a alimentación sostenible en los espacios de consumo sostenible, como medidas transversales del PICS. También se incluye la formación en materia de consumo con contenidos referidos a alimentación sostenible y reducción del desperdicio alimentario, así como toda la actividad desplegada en materia de Comercio Justo.

Dentro de la jornada de presentación de esta estrategia, que se desarrolló el 20 de julio, se expusieron los avances en cuanto al grado de desarrollo de estas acciones.

- **Plan de Derechos Humanos.** Al igual que en el caso de las anteriores estrategias, el IMC ha participado en 2018 tanto en la elaboración del Plan “Madrid Ciudad de Derechos”, contribuyendo a la consecución de las metas en él fijadas, figurando el IMC como agente implicado o responsable en numerosas líneas de acción, integradas en sus metas 1, 8, 10, 13, 17 y 20, con actividades de formación, información, atención personalizada a determinados colectivos, de intermediación con las empresas a través de la OMIC y en materia de promoción del Comercio Justo. Así mismo ha colaborado en el proyecto de establecimiento de indicadores de este plan.
- **Coordinación interplanes.** Durante el año 2018 se ha participado en los trabajos de coordinación entre los diversos planes y estrategias municipales en desarrollo mediante trabajos de incorporación de determinadas acciones, revisión de documentos, seguimiento y evaluación, así como asistencia a reuniones de coordinación.

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

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

En 2018 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.
- 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 2018. Igualmente, se reenvían mutuamente las sentencias dictaminadas por los jueces en materia de consumo.

Participación en los órganos de consumo autonómicos

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

A lo largo del año 2018, el IMC ha participado en las reuniones del Pleno del Consejo y de sus Comisiones Permanentes y de Legislación, para informar sobre los proyectos normativos elaborados por distintas Consejerías de la Comunidad de Madrid

5.2 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. 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.

El Pleno del Consejo se reunió el 19 de septiembre de 2018. En esta reunión, además de aprobar la actualización de los vocales del Consejo, se hizo un amplio resumen sobre las actuaciones en materia de consumo en 2018 en todas las líneas de acción, entre ellas lo relativo a la información y atención al consumidor, arbitraje de consumo, materiales divulgativos y campañas realizadas o en curso, actualización de códigos de buenas prácticas, formación tanto externa como interna, las campañas de inspección programadas y otras actividades de control del mercado, investigación en materia de consumo, fomento del consumo sostenible y del Comercio Justo, así como lo relativo a coordinación y colaboración interadministrativa. En cada uno de estos aspectos se da una proyección de lo que está previsto realizar hasta el final del ejercicio. Como otro punto del orden del día, se somete al Consejo para observaciones el informe realizado por la Oficina de Investigación de Consumo relativo a la desprotección de la persona consumidora en la compra de entradas para espectáculos. Asimismo se trata la prórroga de los convenios vigentes con las asociaciones de consumidores y las organizaciones empresariales.

Colaboración con las organizaciones de consumidores

Durante el año 2018 se han mantenido las dos líneas de colaboración existentes con asociaciones de consumidores integradas en el Consejo Municipal de Consumo, a través de la prórroga de 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 en 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, 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 1.470 horas de orientación jurídica este año, desarrolladas por 7 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 7 adendas de prórroga de los convenios de colaboración con 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

Este programa cuenta en la web con un especial informativo propio que contiene un extenso grupo de materiales divulgativos, así como una herramienta de cálculo del presupuesto personal o familiar. En el marco de estos convenios se han ofertado un total de 700 horas de asistencia directa.

Convenios para el mantenimiento del sistema arbitral de consumo

Para el desarrollo del arbitraje de consumo, en particular, para la constitución de los colegios arbitrales, se han mantenido los convenios existentes con 12 organizaciones empresariales y 19 asociaciones de consumidores.

LÍNEA DE ACCIÓN VI

CONSUMO RESPONSABLE

Conforme a la actual distribución competencial del Ayuntamiento de Madrid corresponde al IMC el fomento del consumo responsable y del Comercio Justo. En esta línea de acción se resumen las actividades realizadas en materia de Comercio Justo para el mantenimiento de la acreditación con que cuenta la ciudad de Madrid desde 2011 de “Ciudad por el Comercio Justo”, a través del cumplimiento de los criterios que establece el Programa Internacional, así como lo relativo al desarrollo del Plan de Impulso del Consumo Sostenible de la ciudad de Madrid (2016-2019) (PICS) aprobado por la Junta de Gobierno en junio de 2017.

6.1 MADRID, CIUDAD POR EL COMERCIO JUSTO.

En materia de fomento del Comercio Justo se han realizado todo un conjunto de actividades en ejecución del programa bienal de trabajo (2018-2019), que se resumen a continuación. Para más detalle puede consultarse el Informe de seguimiento del programa de trabajo del Foro Municipal de Comercio Justo 2018 en www.madrid.es/comerciojusto.

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 IDEAS, 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 los programas de trabajo bienales, los cuales recogen la planificación y calendarización de acciones para su desarrollo en los correspondientes ejercicios.

Se reunió el 13 de marzo de 2018, con el objetivo fundamental de presentar y aprobar el Programa de Trabajo del Foro Municipal de Comercio Justo (2018-2019), y dar cuenta de las actuaciones desarrolladas en el marco del Programa de Trabajo durante el segundo semestre de 2017. Cabe destacar respecto al nuevo programa bienal de trabajo la importante labor de síntesis que se ha realizado en su planteamiento, que ha dado como resultado un total de 15 acciones, manteniendo su distribución en las tres líneas estratégicas de actuación anteriores: Información y concienciación; Fomento y Seguimiento.

Actuaciones programadas sobre Comercio Justo en 2018



En cumplimiento del programa de trabajo del FMCJ cabe destacar las siguientes actividades:

- La ciudad de Madrid hospedó la [12ª edición de la Conferencia Internacional de Ciudades por el Comercio Justo](#), que tuvo como lema “Consumo Sostenible para el cuidado de la vida”. El evento se celebró los días 19, 20 y 21 de octubre, en dos localizaciones distintas: sala Cineteca de Matadero-Madrid (viernes 19 de octubre) y Centro Cultural del Ayuntamiento de Madrid “Lope de Vega” (sábado y domingo, 20 y 21 de octubre). En ella participaron cerca de 300 personas procedentes de diferentes países, con una presencia importante de representantes de Organizaciones de Comercio Justo de América Latina. Para la inauguración se contó con la participación de la Alcaldesa de Madrid y del Delegado del Área de Gobierno de Salud, Seguridad y Emergencias.

La sesión técnica de apertura, que versó sobre perspectivas internacionales del movimiento del Comercio Justo, estuvo a cargo de los máximos representantes de las Organizaciones Internacionales de Comercio Justo (WFTO, Fairtrade Internacional, Coordinadora Latinoamericana y del Caribe de Pequeños Productores y Trabajadores de Comercio Justo, Fair Trade Advocacy Office) y contó además con la participación de UNCTAD (Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo). Los días posteriores se realizaron mesas redondas y talleres específicos para abordar temas como la mejora de la comunicación para tener un mayor impacto, incidencia e impacto en los productores, equidad de género en las organizaciones de Comercio Justo, finanzas éticas, centros educativos y Universidades por el Comercio Justo o los criterios del programa internacional entre otros. Todos los suministros y materiales utilizados en el congreso fueron elaborados con materiales reciclados o biodegradables procedentes de producción ecológica o de explotaciones forestales gestionadas de forma sostenible; en el catering se sirvieron productos de Comercio Justo.

Este año, la celebración del Open Day de Comercio Justo, en el mes de octubre, ha coincidido con la conmemoración del décimo aniversario del compromiso de la ciudad de Madrid con el comercio justo (2008-2018) y la celebración de la 12ª Conferencia Internacional de ciudades por el Comercio Justo.

- Con motivo de la celebración del [Día Internacional de la Mujer](#) (8 de marzo) y del Día Internacional de la Eliminación de la Violencia contra la mujer (25 de noviembre), en el entorno de estas fechas se desarrollaron actividades destinadas a vincular los derechos de las mujeres con el Comercio Justo como herramienta de emancipación y desarrollo personal y colectivo. El 14 de febrero se organizó, en el Centro de Igualdad María Zambrano, una actividad sobre las condiciones de trabajo de las mujeres y las redes de economía solidaria como alternativa para tejer unas relaciones productivas y comerciales basadas en el respeto de los derechos humanos y el medio ambiente. Contó con la participación de representantes de una organización de Comercio Justo de mujeres artesanas de Bangladesh y de organizaciones de Comercio Justo de

Madrid. El 14 de marzo se desarrolló otra actividad consistente en un desayuno-tertulia en el Espacio de Igualdad Hermanas Mirabal en la que se proyectó el documental "Hilos Fuera".

El 4 de diciembre se organizó una tertulia en el Centro de Igualdad Elena Arnedo, sobre la incidencia del sistema agroalimentario global y alternativas propuestas por los movimientos del Comercio Justo y el feminismo; además se proyectaron vídeos sobre el trabajo de las mujeres en la cooperativa paraguaya de Comercio Justo Manduvirá. Estas acciones se desarrollaron por IDEAS y SETEM en colaboración con él y el Área de Gobierno de Políticas de Género y Diversidad.

- En las [campañas informativas realizadas en colaboración con las asociaciones de consumidores](#) (véase la Línea de acción I), entre los folletos distribuidos en los stands informativos ubicados en mercadillos y ejes comerciales se incluyó el dedicado a la difusión del Comercio Justo. En concreto, se han distribuido 490 folletos en 14 mercadillos, durante los meses de mayo y junio de 2018, así como en 7 ejes comerciales, el día 15 de marzo, Día Mundial del Consumidor, y en otras fechas.

- El IMC, encargó a una de las organizaciones de Comercio Justo de Madrid, en este caso a Proyde, la organización de una actividad conmemorativa del [Día mundial de Comercio Justo](#), con la participación de todas las organizaciones del grupo Madrid de Comercio Justo (Oxfam Intermon, Setem, Copade, Taller de Solidaridad, Proyde, Fairtrade Ibérica e IDEAS).

La actividad tuvo lugar en la Plaza Ópera, el segundo sábado de mayo (12 de mayo), bajo el lema "Somos Comercio Justo". Se desarrolló dentro del programa de las fiestas de San Isidro, y durante la misma se invitó a más de 200 personas a una taza de chocolate de Comercio Justo, se entregó un díptico con información sobre los principios del Comercio Justo y se leyó el manifiesto de la Coordinadora Estatal de Comercio Justo.

- En cumplimiento de otra de las acciones del programa de trabajo, en el mes de noviembre, [Fairtrade Ibérica organizó varias actividades](#) centradas en enseñar y transmitir la filosofía e ideales del Comercio Justo. Con #EnseñaFairtrade la organización ha pretendido llegar a una parte importante de la ciudadanía y, en especial, a un público infantil. Algunas de las actividades realizadas han sido: Talleres-Desayuno en Colegios (dirigidos a cursos de educación primaria con el objetivo de crear concienciación entre los más pequeños, incentivando un consumo responsable y reflexivo); una exposición fotográfica de productores Fairtrade de cacao, azúcar y café acompañada de la historia de sus protagonistas, que se han expuesto en las dos tiendas Oxfam Intermón en Madrid y, en colaboración con la Cooperativa IDEAS, desarrolló también el taller textil "Bordando el cambio" en el Centro Madrid Salud Comunitario de Arganzuela.

- El programa de [formación en materia de consumo](#) ha incluido talleres escolares específicos sobre Comercio Justo. Sobre esta temática se han desarrollado 119 talleres (111 en centros escolares y 8 del Día de la Infancia). Dichos talleres se han impartido en 39 centros escolares, de educación infantil, primaria, ESO y bachillerato.

En materia de formación la organización de Comercio Justo PROYDE realiza actividades de sensibilización y venta de productos de Comercio Justo en sus centros educativos, cuenta con 7 centros acreditados como Centros Educativos por el Comercio Justo.

Respecto a la acción formativa de los empleados municipales cabe destacar la realización del curso sobre “Consumo sostenible y comercio justo” en sus nuevas dos ediciones, cada una de 21 horas por edición y que se desarrollaron en septiembre y noviembre respectivamente (véase la línea de acción II).

- Se han realizado dos [campañas informativas en mobiliario urbano](#) referidas a Comercio Justo, en mayo, coincidiendo con la celebración del Día Mundial de Comercio Justo, se reeditó el cartel de Comercio Justo con el lema “Elige el mundo en el que quieres vivir”, que fue difundido a través de 100 marquesinas de autobuses, durante la semana del 7 al 13 de mayo.

La segunda campaña se realizó con motivo de la celebración de la 12ª Conferencia Internacional de Ciudades por el Comercio Justo; se diseñó un gif animado con la imagen del evento para su difusión e inserción en 300 muppis digitales, que fue exhibido durante la semana del 15 al 21 de octubre.

- 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.

Según datos facilitados por la Dirección General de Contratación y Servicios del Ayuntamiento de Madrid, en el año 2018, se han formalizado 28 contratos de comercio justo, en cuyos pliegos 25 han incorporado las cláusulas de comercio justo a través de especificaciones técnicas, 2 como condición especial de ejecución, y 1 como especificación técnica y como criterio de adjudicación. Por otra parte, en el año 2018 se ha aprobado el gasto de 5 contratos menores que incluyen cláusulas de comercio justo.

- [La VI Feria de Economía Solidaria de Madrid](#) se celebró los días 23 y 24 de septiembre en el espacio municipal de la Casa del Reloj. La Feria tuvo una asistencia de más de 20.000 personas. Esta feria está organizada por REAS Madrid y el Mercado Social de Madrid para fortalecer y visibilizar la Economía Social y Solidaria madrileña. El Comercio Justo está presente en la misma a través de varias entidades que forman parte de estas redes y que participan en la Feria con la exposición de sus productos y servicios. Se organizó también por parte de IDEAS, una actividad específica de degustación de productos de Comercio Justo y una visita guiada por la feria explicando algunos proyectos.
- Un elemento principal dentro de las tareas de divulgación es la actualización de [contenidos de la página web](#) que cuenta con un espacio dedicado al Comercio Justo. En ella también se han ido desarrollando promocionales anunciando distintas actividades.

Otras actuaciones relevantes en materia de Comercio Justo realizadas en 2018:

Además de las acciones anteriormente citadas, cabe destacar por su novedad e importancia los siguientes:



- Madrid fue seleccionada, el 26 de mayo de 2018, junto a las ciudades de Dortmund, Gante, Lyon, Malmö, Saarbrücken y Vitoria-Gasteiz, como finalista en la primera edición del Premio Europeo para ciudades por el Comercio Justo y Ético, convocado por la UE. Dicho premio se falló en Bruselas el 28 de junio, recibiendo el accésit de la categoría “Global Partnerships” (Alianzas Globales), como reconocimiento al trabajo desarrollado por el Ayuntamiento de Madrid a lo largo de los 10 años de participación en el Programa Internacional de Ciudades por el Comercio Justo, y por el que se valoró la visión integradora del Comercio Justo en la planificación estratégica de la ciudad de Madrid desarrollada en distintas Áreas del Ayuntamiento y la red de ciudades asociadas en América Latina.
- Tras la concesión del premio, la ciudad de Madrid fue invitada por la DG Trade de la UE, organizadora de los premios a presentar sus actuaciones y proyectos en la Delegación de la UE ante las Naciones Unidas en Nueva York, como acto colateral a la celebración de la 73ª Asamblea General de las Naciones Unidas, que se celebró el 25 de septiembre de 2018.
- También cabe destacar que el IMC participó como ponente en una mesa redonda sobre consumo sostenible y Comercio Justo en el Foro Global de Economía Social celebrado en Bilbao, del 1 al 3 de octubre, importante evento al que acudieron más de 2.000 personas de numerosos países que trabajan en el campo de la economía social y solidaria.

6.2 PLAN DE IMPULSO DEL CONSUMO SOSTENIBLE DE LA CIUDAD DE MADRID (2016-2019) (PICS)

Marco conceptual y contenido del PICS

El Plan de Gobierno contempla como una de las cinco actuaciones en materia de consumo el desarrollo de un plan de acción enfocado a la promoción de un modelo de consumo ambiental, ético y socialmente sostenible, que se ha traducido en la elaboración, aprobación y desarrollo del PICS.

Los principios que lo conforman son su enfoque estratégico a medio plazo, para servir como elemento de transformación y cambio de cultura en los modelos de consumo tradicionales. Por otro lado cabe destacar su metodología de elaboración, plenamente participativa, 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 técnicos e iniciativas desarrolladas en otras ciudades.

El PICS se ha formulado buscando también la transversalidad y coherencia con otras políticas y planes municipales en desarrollo, 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, la localización de los objetivos del desarrollo sostenible de las Naciones Unidas, así como del Programa Internacional de ciudades por el Comercio Justo y la Estrategia alimentaria.

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 por afectar a varios de sus ámbitos. Corresponde al IMC impulsar una parte de ellas en colaboración, en su caso, con otros agentes implicados, mientras que otras forman parte de la acción de otros servicios municipales y se incorporaron a petición de éstas en la fase de elaboración del plan.

Actuaciones en 2018

A continuación se indican de modo resumido las principales actuaciones impulsadas por el IMC durante el ejercicio 2018, basadas en la evolución de los distintos proyectos, las colaboraciones establecidas con otros órganos municipales así como los recursos disponibles.

Entre las **ACCIONES TRANSVERSALES** destacan:

► Campañas de difusión y comunicación dirigidas a la sensibilización ciudadana sobre consumo sostenible. El desarrollo de esta acción, que abarca todo el ámbito temporal del PICS, ha continuado en 2018, a través de las siguientes actuaciones (véase la línea de acción I para más información), destacando las siguientes campañas:

- Producción impresa de materiales de la campaña sobre consumo sostenible de energía y revisión de los mismos, motivado por los cambios normativos en el sector de la electricidad.
- Campaña sobre alimentación sostenible, creatividad, elaboración de textos y producción de materiales, difusión en elementos de mobiliario urbano, dependencias municipales e inserción en medios.
- Preparación por contratación anticipada de campaña de difusión de los espacios de consumo sostenible.

► Espacio web sobre consumo sostenible En 2018 se ha creado a través de la herramienta de gestión de contenidos web un especial informativo denominado “Consumo sostenible” que contiene una parte introductoria y cuatro capítulos referidos a los distintos ámbitos del PICS. Este espacio incorpora todos los materiales divulgativos que van desarrollándose. Se ha iniciado en 2018 la elaboración del contenido de un nuevo capítulo destinado a la descripción de buenas prácticas o experiencias inspiradoras en materia de consumo sostenible.

Adicionalmente, se ha preparado otro especial informativo independiente con la información relativa a los “Espacios de Consumo Sostenible” de los distritos de Centro, Fuencarral-El Pardo y Moratalaz que está distribuido, a su vez, en distintos capítulos destinados a la identificación y objetivos de los espacios, localización, horario, formularios para aportar iniciativas o propuestas, agenda mensual de actividades y promoción de actividades.

Ambos especiales informativos se han concebido para que la información en ellos contenida tenga un carácter creciente y son objeto de actualización permanente.

► Cursos de formación para el personal municipal. Se ha continuado con la oferta formativa sobre “Consumo sostenible y Comercio Justo”. En 2018 se han realizado dos ediciones presenciales. Dicho programa incluía un marco teórico con definiciones, conceptos y enfoque, la sostenibilidad, agroecología, el comercio justo, el desafío energético y los sistemas financieros con criterios éticos (véase también la línea de acción II).

► Espacios de consumo sostenible. El objetivo de esta acción es la apertura de espacios municipales, compartidos con otras iniciativas promovidas por los distritos u otros servicios municipales, para la realización de actividades de difusión, promoción y formación para el fomento del consumo sostenible. Los espacios están basados en un modelo de cogestión recogiendo las propuestas desarrolladas en esta materia por entidades u organizaciones del tejido social de los distritos.

La previsión establecida en el PICS era abrir un espacio piloto, inicialmente en el distrito

Centro. Tras la presentación del proyecto a todos los distritos, otros dos manifestaron su interés en que el proyecto también se desarrollara en ellos.

Para ello se ampliaron los objetivos, licitándose en 2018 un contrato de servicios en 3 lotes, cada uno de ellos dedicado al espacio de uno de los distritos, destinados a actividades de información, difusión, formación y promoción de iniciativas ciudadanas de consumo sostenible. Los tres espacios han iniciado su actividad en 2018 y están ubicados en los distritos de Centro, Fuencarral-El Pardo y Moratalaz.

En cada uno de los Espacios de Consumo Sostenible se ha creado un órgano de toma de decisiones (OTD) en el que están representados miembros de la Junta Municipal de distrito, del IMC del adjudicatario y de las asociaciones vecinales u otras entidades más representativas del distrito. Las funciones del OTD son: aprobar la agenda mensual; valorar las propuestas formuladas (una vez aprobada la propuesta por parte de este órgano, entrará a formar parte de la agenda de actividades); aprobar las modificaciones de apertura y cierre de los espacios y aprobar los criterios para la elección de las actividades que se desarrollen en el espacio y valorar los informes trimestrales y anuales de seguimiento.

El 11 de diciembre de 2018 tuvo lugar la presentación oficial de los Espacios de Consumo Sostenible en el de Fuencarral-El Pardo, a cargo del Delegado del Área de Gobierno de Salud, Seguridad y Emergencias y del Concejal Presidente del Distrito de Fuencarral-El Pardo. En el acto se dieron cita entidades y asociaciones del distrito, así como distintas organizaciones que trabajan en el campo del consumo sostenible. La noticia fue difundida en la web municipal y en redes sociales.

En paralelo se ha iniciado una campaña de comunicación que permita dar a conocer los espacios y su actividad, estimulando así la participación de la ciudadanía.

Esta acción adquiere una relevancia especial, no solo porque sirve de marco al desarrollo de otras que tienen que ver con la sensibilización, la formación, la difusión y la participación del tejido social de los distritos en el fomento del consumo sostenible, sino porque se ha ido más allá del proyecto piloto que recogía el plan, al estar en funcionamiento 3 espacios en distintas zonas de la ciudad.

► [Programa de formación en consumo. Incorporar contenidos sobre Comercio Justo, consumo sostenible y economía social y solidaria.](#) En lo que respecta a centros escolares, la oferta formativa 2018 incluyó talleres sobre estas materias. De los 1.187 talleres escolares impartidos, en 151 centros, destaca una amplia oferta formativa relativa a Comercio Justo, economía social, trazabilidad de los productos, alimentación sostenible y desperdicio alimentario y uso sostenible de la energía, con más de 26.000 alumnos participantes. Además se han realizados sesiones formativas en centros de adultos con temáticas similares. En total, 70 de estas sesiones (véase también la línea de acción II).

► [Guía informativa sobre obligaciones normativas en materia de consumo para entidades de la economía social.](#) Se ha elaborado un borrador de contenidos de esta guía cuya finalidad principal 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 actualizar, completar y difundir esta guía en el ejercicio 2019.

Entre las **ACCIONES SECTORIALES** cabe destacar:

- La acción relativa al Plan de trabajo del Foro Municipal del Comercio Justo ha sido ampliamente descrita dentro de esta misma línea de actuación. También dentro del ámbito de la alimentación la relativa al compromiso por la Estrategia alimentaria, así como su integración con el PICS.
- En lo que respecta al segundo ámbito: energía, movilidad y residuos, el esfuerzo se ha centrado en la edición, publicación y difusión de materiales divulgativos en un enfoque preventivo de la pobreza energética y de mejorar el conocimiento de las personas consumidoras que estimulara el ahorro y la eficiencia energética. También en la mediación con las compañías suministradoras y el asesoramiento personalizado a los/as ciudadanos/as a través de la OMIC. Por otra parte, tras el estudio realizado en el año anterior sobre eficiencia energética en los hogares, se ha distribuido a los distintos distritos para que estos pudieran desarrollar proyectos pilotos en ejecución de esta propuesta.
- Se han elaborado los contenidos de la Guía sobre finanzas y seguros éticos que tiene por objetivo acercar las finanzas y los seguros éticos a la ciudadanía, desde un punto de vista práctico (véase también la línea de acción I).
- En cuanto a la acción de mercadillos vecinales de trueque y reutilización de productos de segunda mano, se han estudiado las alternativas posibles, considerando el marco normativo actual y mantenido reuniones con los distritos para testar las posibilidades de desarrollo.
- Se ha avanzado también en la acción referida a mejoras ambientales en los Códigos de Buenas Prácticas, incorporándose estos criterios en los códigos que son objeto de revisión cada año.
- En cuanto a la acción sellos y certificaciones sociales y con objeto de desarrollar este proyecto, se ha procedido a la recopilación de documentación técnica publicada sobre sistemas participativos de garantía, iniciándose la preparación de los pliegos para realizar un estudio de alternativas de desarrollo de sellos y certificaciones sociales basadas en dichos sistemas.

6.3 OTRAS ACTUACIONES EN MATERIA DE CONSUMO SOSTENIBLE.

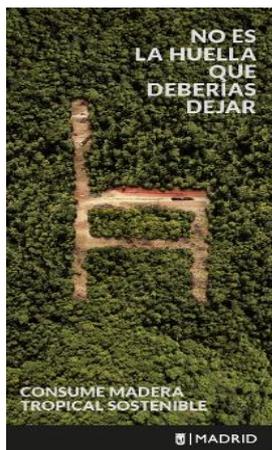
Fomento del consumo de madera sostenible

- **Utilización de productos forestales certificados**

La utilización racional de los recursos naturales constituye una de las preocupaciones esenciales de las sociedades actuales, y en particular, el uso sostenible de la madera y sus derivados forestales se fundamenta en la promoción de 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. Dentro de esta actuación municipal, el IMC, al igual que en años anteriores, ha editado en papel de fibra virgen con certificado ecológico las diferentes publicaciones y carteles impresos en 2018.

- **Coalición de la madera tropical sostenible**



En el ámbito de la madera sostenible, el Ayuntamiento de Madrid, a través del IMC, 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 para el ejercicio 2017 que ha sido completado en 2018, mediante la ejecución de determinadas acciones y a través del proceso de reporte y auditoria al órgano de gestión de la coalición europea STTC.

Todo ello en ejecución del convenio suscrito entre el Ayuntamiento de Madrid y la Fundación Comercio para el Desarrollo (COPADE), para el fomento de la utilización de la madera tropical certificada 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 IMC en la coalición STTC e incorpora un plan de acción que, en su mayor parte, fue ejecutado durante el 2017, y que este año 2018 se ha completado con una de las acciones que complementan la campaña de sensibilización de promoción del consumo de madera tropical sostenible (véase también la línea de acción I, en lo que respecta a los materiales editados, su difusión y campaña de comunicación asociada).

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 y ha estado vigente hasta el 1 de abril de 2018.

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 el lema “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. (véase también la línea de acción I).

LINEA DE ACCIÓN VII

TRANSPARENCIA Y CALIDAD EN LA ACTUACIÓN MUNICIPAL

Tal y como indica la Ordenanza de Transparencia de la ciudad de Madrid, 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 las personas administradas. 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 IMC ha procedido a la publicación, a través de la página web corporativa www.madrid.es/consumo, de una serie de documentos con información de carácter institucional, relativos a planificación, 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 9001:2015 que tiene el Servicio de Inspección de Consumo y de la Carta de Servicios con que cuenta la OMIC, que en 2015 fue certificada por AENOR, manteniendo actualmente dicha certificación.

7.1 PUBLICIDAD ACTIVA.

El, IMC en aras de la transparencia en la gestión municipal pública, durante el ejercicio 2018 ha publicado y/o actualizado a través de la página web municipal, entre otros, los siguientes contenidos:

- Memoria anual de actividad 2018
- Las campañas de inspección programadas en 2018 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, en respuesta a las consultas formuladas por los distritos e informes de la Oficina de Investigación 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

7.2 PORTAL DE DATOS ABIERTOS.

El IMC 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 IMC 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.

7.3 PROTECCIÓN DE DATOS PERSONALES.

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

Con esta finalidad, ha revisado los tres ficheros que tenía declarados ante la Agencia Española de Protección de Datos, los cuales han sido sustituidos por las correspondientes actividades de tratamiento, además de dar de alta otras tres nuevas actividades.

En el Registro de Actividades de Tratamiento del Ayuntamiento de Madrid están incluidas las seis siguientes, de las cuales es responsable la Dirección General del: IMC

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

Toda la información está disponible en la web municipal, como un elemento más del índice del espacio dedicado a consumo.

7.4 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 con la norma UNE 93200:2008.

Durante el año 2018 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.

Examinando en el proceso de evaluación 2018 los resultados obtenidos, resultan especialmente destacables los que hacen referencia a la valoración ciudadana de las labores que este servicio municipal desarrolla. Para su cálculo se realizaron un total de 2.547 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 92,75% 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 (53,96%) 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.

Resultados de la evaluación de la Carta de Servicios de la OMIC 2018 sobre los datos de 2017		
Descripción del Indicador	Valor del compromiso	Resultado 2017
Porcentaje de personas usuarias satisfechas con la información y orientación recibidas en la OMIC	80%	89,47%
Satisfacción media de las personas usuarias con la preparación del personal de la OMIC para realizar su trabajo	8	8,17%
Satisfacción media de las personas usuarias con la amabilidad y cortesía del personal que lo ha atendido en la OMIC	8	8,78%
Satisfacción media de las personas usuarias con la claridad y comprensibilidad de la información recibida	8	8,63%
Porcentaje de personas usuarias satisfechos con el trato recibido en la OMIC	80%	92,75%
Porcentaje de citas previas que se ofrecen con una demora igual o menor de 10 días naturales, en la OMIC	75%	74,65%
Porcentaje de citas previas en OMIC ofrecidas en un plazo de 20 días naturales	100%	96,65%
Porcentaje de reclamaciones que son tramitadas en la OMIC en un plazo máximo de 2 meses	80%	84,64%
Porcentaje de reclamaciones tramitadas en un plazo máximo de 6 meses	100%	99,80%
Porcentaje de mediaciones positivas para la persona consumidora en las que la OMIC municipal ha realizado labores de mediación	40%	53,96%
Porcentaje de reclamaciones sin resultado positivo informadas de posibles vías para su resolución	100%	100,00%
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	392
Porcentaje de sugerencias, reclamaciones y felicitaciones relativas a los servicios prestados por la OMIC contestadas dentro de los 20 días siguientes a su presentación	-	52,70%
Sugerencias, reclamaciones y felicitaciones relativas a los servicios prestados por la OMIC	-	334
Tiempo medio de contestación de las sugerencias, reclamaciones y felicitaciones relativas a los servicios prestados por la OMIC	30%	17,78%
Porcentaje de sugerencias, reclamaciones y felicitaciones relativas a los servicios prestados por la OMIC contestadas en menos de 3 meses.	100%	98,20%
Porcentaje de sugerencias, reclamaciones y felicitaciones relativas a los servicios prestados por la OMIC contestadas en un plazo menor o igual a 45 días desde su presentación	60%	85,45%

* 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 4 de mayo de 2018. 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.

7.5 SISTEMA DE CALIDAD UNE EN ISO 9001-2015 DEL SERVICIO DE INSPECCIÓN DE CONSUMO.



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

Durante el año 2018 se ha llevado a cabo la encuesta de satisfacción de cliente.

Anualmente se realiza una auditoría interna y otra externa en el Servicio, llevándose a cabo la auditoría interna en el año 2018 el día 24 de abril, detectándose una no conformidad leve que ha sido corregida y tres observaciones que se han tenido en cuenta para su implantación en el sistema. Por otra parte, la auditoría externa se realizó el día 30 de mayo por el Instituto de Certificación CDQ, evidenciándose la eficacia del sistema y no siendo necesarias acciones correctivas ni observaciones, recomendándose la certificación.

ENCUESTA DE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

El Servicio de Inspección de Consumo tiene entre sus prioridades la mejora continua de sus servicios y alcanzar la plena satisfacción de sus clientes. Como consecuencia, requiere realizar un análisis en profundidad de la percepción que sus clientes tienen del servicio que prestan.

Como técnica de análisis se lleva a cabo una encuesta, con periodicidad bienal, con objeto de conocer el nivel de satisfacción con las actividades emprendidas y, de los datos recabados, y se obtiene la siguiente información de los empresarios y reclamantes encuestados en torno a las

actuaciones llevadas a cabo en materia de inspección de consumo, procedimiento sancionador y la oficina municipal de investigación de consumo:

- La inspección de consumo tiene entre sus fortalezas: el trato del inspector y la información facilitada para la corrección de deficiencias; entre sus debilidades destaca la necesidad de ser informados los encuestados sobre la normativa actual aplicable a la actividad que desarrollan. Por ello se propone como área de mejora, la elaboración de material informativo sobre cambios en la normativa de aplicación.
- Procedimiento sancionador tiene entre sus fortalezas la información suministrada para la subsanación de deficiencias y la atención al interesado del expediente; entre sus debilidades, la falta de claridad de exposición de los motivos de sanción. Por ello se propone como área de mejora, redactar de forma comprensible el lenguaje jurídico que se emplea en el expediente sancionador.
- Oficina municipal de investigación de consumo tiene entre sus fortalezas la claridad de las comunicaciones recibidas y la identificación del órgano gestor en las comunicaciones; entre sus debilidades, el poco grado de satisfacción con la resolución recibida. Por ello se propone como área de mejora, atención más personalizada al interesado a fin de explicarle los motivos jurídicos de la resolución adoptada.

EJECUCIÓN PRESUPUESTARIA

CENTRO - SECCION - PROGRAMA - ECONOMICO	CRED.INICIAL(1)	OBL.RECONOC.(8)	EJECUCIÓN
** 49300 CONSUMO	4.168.092,00	4.084.272,64	96,53%
* 1 GASTOS DE PERSONAL	3.558.439,00	3.541.685,29	98,96%
10100 RETRIBUCIONES BÁSICAS	94.095	95.252	
12000 SUELDOS DEL GRUPO A1	226.096	218.532	
12001 SUELDOS DEL GRUPO A2	335.028	317.687	
12003 SUELDOS DEL GRUPO C1	100.005	84.980	
12004 SUELDOS DEL GRUPO C2	171.297	154.871	
12006 TRIENIOS	204.961	203.112	
12100 COMPLEMENTO DE DESTINO	521.615	504.776	
12101 COMPLEMENTO ESPECÍFICO	1.104.874	1.092.829	
12103 OTROS COMPLEMENTOS	66.921	65.225	
15000 PRODUCTIVIDAD	72.742	71.079	
16000 SEGURIDAD SOCIAL	655.566	656.584	
16009 OTRAS CUOTAS	0	76.758	
16202 TRANSPORTE DEL PERSONAL	1.879	0	
16204 ACCIÓN SOCIAL	3.360	0	
* 2 GASTOS EN BIENES CORRIENTES Y SERVICIOS	609.653,00	542.587,35	83,18%
22000 MATERIAL DE OFICINA ORDINARIO NO INVENTARIABLE	1.000	0	
22001 PRENSA, REVISTAS, LIBROS Y OTRAS PUBLICACIONES	600	380	
22107 IMPRESOS Y FORMULARIOS	15.700	15.434	
22602 PUBLICIDAD Y PROPAGANDA	72.112	84.050	
22606 REUNIONES, CONFERENCIAS Y CURSOS	73.000	65.627	
22699 OTROS GASTOS DIVERSOS	2.800	2.578	
22706 ESTUDIOS Y TRABAJOS TÉCNICOS	257.384	202.760	
23010 DEL PERSONAL DIRECTIVO	0	0	
23020 DEL PERSONAL NO DIRECTIVO	0	0	
23110 GASTOS DE VIAJE DEL PERSONAL DIRECTIVO	0	0	
23120 GASTOS DE VIAJE DEL PERSONAL NO DIRECTIVO	0	0	
26000 TRABAJOS REALIZ. POR INSTITUCIONES S.F. DE LUCRO	187.057	171.759	