

2019
MEMORIA ANUAL DE
ACTUACIONES EN MATERIA
DE CONSUMO

CONTENIDO

Preámbulo	4
Línea de acción I	6
Información y atención en materia de consumo	6
1.1 Atención en la Oficina Municipal de Información al Consumidor (OMIC).....	6
➤ La OMIC en cifras en 2019.....	6
➤ Expedientes registrados.....	6
➤ Distribución de expedientes por oficinas.....	8
➤ Distribución sectorial de expedientes.....	12
➤ Información y orientación. Atención presencial en la OMIC	14
➤ Distribución de hojas del sistema unificado de reclamaciones	17
➤ Aplicación informática de gestión OMIC.....	17
1.2 Actividades desarrolladas por la Junta Arbitral de consumo del Ayuntamiento de Madrid	18
➤ Actividad de la Junta Arbitral de Consumo	18
➤ Distribución sectorial de solicitudes de arbitraje	19
➤ Resoluciones arbitrales	22
➤ Promoción del arbitraje de consumo.....	23
➤ Desarrollos informáticos para la Junta Arbitral de Consumo	24
➤ Otras actuaciones.....	25
Línea de acción II	26
Formación sobre consumo.....	26
2.1 Programa de formación en consumo	26
➤ Acciones formativas dirigidas a las personas consumidoras	26
➤ Acciones formativas dirigidas al empresariado. Campaña de visitas personalizadas a establecimientos comerciales.....	31
➤ Resumen del programa de formación en materia de consumo.....	33
2.2 Formación interna. Cursos específicos sobre consumo	34
2.3 Resumen de actividades de formación	35
Línea de acción III	36
Códigos de buenas prácticas para los sectores empresariales	36
➤ Los Códigos de Buenas Prácticas en cifras en 2019	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	38
Línea de acción IV	39
Investigación y control del mercado.....	39
4.1 Programa de investigación.....	39
➤ Acción de cesación contra tres academias	39
4.2 Actividades de inspección	40
➤ La inspección de consumo en cifras en 2019	41
➤ Actuaciones por denuncias o reclamaciones	42
➤ Actuaciones en seguridad de los productos: Red de Alerta y toma de muestras	45
4.3 Actuaciones sancionadoras y medidas preventivas.....	46
➤ Convenio de colaboración sobre control de la publicidad.....	46
Línea de acción V	48
Divulgación y comunicación sobre consumo	48
5.1 Campañas de información directa.....	48
➤ Información en ejes comerciales.....	48
➤ Instalación de puntos informativos sobre consumo en mercadillos.....	49
5.2 Elaboración de material divulgativo	50
➤ Guías y folletos	50
➤ Carteles para mobiliario urbano y material de apoyo para campañas	51
➤ Códigos de Buenas Prácticas y material de apoyo	52
5.3 Actualización del contenido del espacio Web corporativo sobre consumo.....	53
5.4 Campañas de comunicación sobre consumo.....	55
Línea de acción VI	58
Participación, colaboración y coordinación en consumo	58
6.1 Coordinación y colaboración interadministrativa.....	58
➤ Colaboración y coordinación con los Distritos	58
➤ Integración con otros planes y grupos de trabajo municipales.....	61
➤ Colaboración con la Dirección General de Comercio y Consumo de la Comunidad de Madrid.....	64
6.2 Participación ciudadana en consumo.....	65
➤ El Consejo Municipal de Consumo	65
➤ Colaboración con las organizaciones de consumidores.....	66

<ul style="list-style-type: none"> ➤ Convenio de colaboración entre el Ayuntamiento de Madrid y organizaciones de Comercio Justo de Madrid 68 	68
Línea de acción VII	69
Fomento del consumo responsable	69
7.1 Madrid, Ciudad por el Comercio Justo	69
<ul style="list-style-type: none"> ➤ El Foro Municipal de Comercio Justo..... 69 ➤ Actuaciones programadas sobre Comercio Justo en 2019..... 70 ➤ Otras actuaciones sobre Comercio Justo realizadas en 2019..... 71 ➤ Red europea de ciudades por el comercio justo..... 72 	69
7.2 Actuaciones en materia de consumo sostenible	72
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Plan de Impulso del Consumo Sostenible de la ciudad de Madrid (2016-2019)..... 72 	72
7.3 Otras actuaciones en materia de consumo sostenible.....	75
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Fomento de consumo de productos de la pesca sostenible certificada..... 75 ➤ Fomento del consumo de madera sostenible ➤ Integración del IMC en el proyecto Climate Kic ➤ Cumbre del Clima 2019 (COP 25)..... 	75
Línea de acción VIII	78
Transparencia y calidad en la actuación municipal	78
8.1 Publicidad activa	78
8.2 Portal de datos abiertos	79
8.3 Protección de datos personales.....	80
8.4 Carta de Servicios de la OMIC	82
8.5 Sistema de Calidad conforme a la Norma UNE EN ISO 9001-2015 del Servicio de Inspección de Consumo	84
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Encuesta de satisfacción del cliente..... 	85
Ejecución presupuestaria	86

Preámbulo

Los servicios de consumo que ofrece el Ayuntamiento de Madrid van dirigidos a la protección de los derechos de las personas en su condición de consumidoras de bienes y servicios. En aras de la consecución de este objetivo, las actividades de formación, información, divulgación y de fomento de un modelo de consumo responsable constituyen un primer estadio en la garantía de la protección de esos derechos.

A través de la Oficina Municipal de Información al Consumidor (OMIC) se desarrolla una labor de intermediación con las empresas reclamadas, para buscar una solución amistosa a los conflictos planteados en las reclamaciones de consumo. La Junta Arbitral municipal, adscrita a la Dirección General del Instituto Municipal de Consumo, una de las primeras constituidas en nuestro país, ejerce el arbitraje de consumo como mecanismo extrajudicial, eficaz y gratuito de resolución de conflictos de consumo.

Por otra parte, las labores de inspección e investigación son esenciales para procurar el control del mercado y la seguridad de los productos puestos a disposición de la ciudadanía.

Finalmente, la coordinación, la cooperación administrativa y el establecimiento de acuerdos voluntarios con las organizaciones empresariales, en forma de códigos de buenas prácticas, y la colaboración con agentes económicos y sociales como las asociaciones de consumidores, las instituciones públicas y entidades que trabajan en el campo del consumo son esenciales para generar sinergias tendentes a conseguir a un desarrollo económico equilibrado, que tome en consideración el innegable papel que desempeñan las actitudes y hábitos de consumo en las sociedades contemporáneas.

Se resumen en este documento las actividades desarrolladas en el ejercicio 2019 en materia de consumo, en el ejercicio de las competencias delegadas a la Dirección General del Instituto Municipal de Consumo (IMC) y recogidas en el Acuerdo de la Junta de Gobierno de la Ciudad de Madrid, de organización y competencias del Área de Economía, Innovación y Empleo, de 27 de junio de 2019, teniendo siempre presente que se trata de un modelo descentralizado, en el que los distritos tienen también competencia en materia de información y atención al consumidor y en la acción inspectora.

Las actuaciones realizadas se presentan estructuradas en las siguientes líneas de acción:

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

Línea de acción I

Información y atención en materia de consumo

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

La OMIC del Ayuntamiento de Madrid abrió sus puertas en octubre de 1983, fecha desde la cual viene prestando ininterrumpidamente servicio a la ciudadanía. Cuenta actualmente con 22 oficinas: una Central y 21 distritales. Su compromiso con la ciudadanía madrileña se refleja en su Carta de Servicios, aprobada por la Junta de Gobierno de la Ciudad de Madrid el 8 de junio de 2008, y certificada conforme a la Norma UNE 93200: 2008.

➤ **La OMIC en cifras en 2019**

- ✓ 22 oficinas
- ✓ 24 654 expedientes tramitados
- ✓ 61,3% de mediaciones positivas*
- ✓ 18 188 personas atendidas presencialmente
- ✓ 86,99% de personas usuarias satisfechas con la orientación e información recibidas*
- ✓ 89,26% de personas usuarias satisfechas con el trato recibido

*datos procedentes de la evaluación de la carta de servicios 2019, realizada en febrero/2020

➤ **Expedientes registrados**

En el ejercicio 2019 la OMIC tramitó, a través de sus 22 oficinas, un total de 24 654 expedientes. De ellos, el 95% fueron reclamaciones (23 422), el 0,24% solicitudes de información (58), el 2,93% (722) se han clasificado como quejas contra las empresas reclamadas y el 1,83% (452) fueron denuncias.

EXPEDIENTES TRAMITADOS POR LA OMIC EN 2019		
	nº expedientes	Porcentaje
Reclamación	23 422	95,00
Información	58	0,24
Quejas	722	2,93
Denuncia	452	1,83
TOTAL	24 654	100,00%

Estos datos indican un ligero descenso (-3,24 %) con respecto a los asuntos registrados el año inmediatamente anterior (25 480 expedientes en total). Dicho descenso es más acusado en las oficinas de distrito (-9,12%) que en la OMIC Central (-1,56 %). Ello es debido a que, conforme a la vigente Instrucción de coordinación del funcionamiento de la OMIC, corresponden a la oficina Central determinadas temáticas, como los suministros o gran parte de la contratación on-line, sectores que continúan siendo objeto de numerosas reclamaciones.

Del total de expedientes registrados en 2019 por la OMIC del Ayuntamiento de Madrid, 23 422 han sido reclamaciones de consumo. La gestión de este numeroso conjunto de expedientes, consiste mayoritariamente en la mediación con las empresas reclamadas, buscando una solución amistosa al conflicto planteado. En otras ocasiones, por razones de competencia territorial o material, se remite el expediente 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 nuestro municipio, conforme al convenio suscrito en materia de consumo con la administración autonómica, o bien a otros órganos competentes, determinados por la normativa sectorial específica aplicable.

En todos los casos, se comunica a consumidor la gestión realizada y, en su caso, el resultado de la mediación efectuada por la OMIC.

En 2019, la mediación individualizada de expedientes, ha arrojado un resultado favorable total o parcialmente a las pretensiones de las personas consumidoras en un 61,30 % de los casos y el 78,90 % de los expedientes han sido tramitados en un plazo inferior a 2 meses desde el alta del expediente.

Las solicitudes de información formalizadas por escrito, que constituyen un complemento de la información que se da en la atención personalizada en nuestras oficinas, han constituido únicamente un 0,24 % del total, valor porcentual muy similar al del año anterior.

Los expedientes clasificados como quejas, que se desagregaron de las reclamaciones en 2017 para atender aquellos expedientes que, considerados improcedentes en materia de consumo, reflejan algún tipo de insatisfacción de los clientes frente al modo de prestación de servicios, se han mostrado con un mecanismo apropiado para atender más adecuadamente estas solicitudes, al ponerse en conocimiento de las empresas para que informados sobre los aspectos de insatisfacción de sus clientes, tengan la oportunidad de modificar y mejorar sus prácticas frente a ellos. Las quejas mantienen también un valor porcentual muy similar al del año 2018.

Las denuncias, que totalizaron un 1,83% del total de expedientes, han sufrido un leve descenso en relación con el ejercicio anterior, en el que representaron el 2,06%.

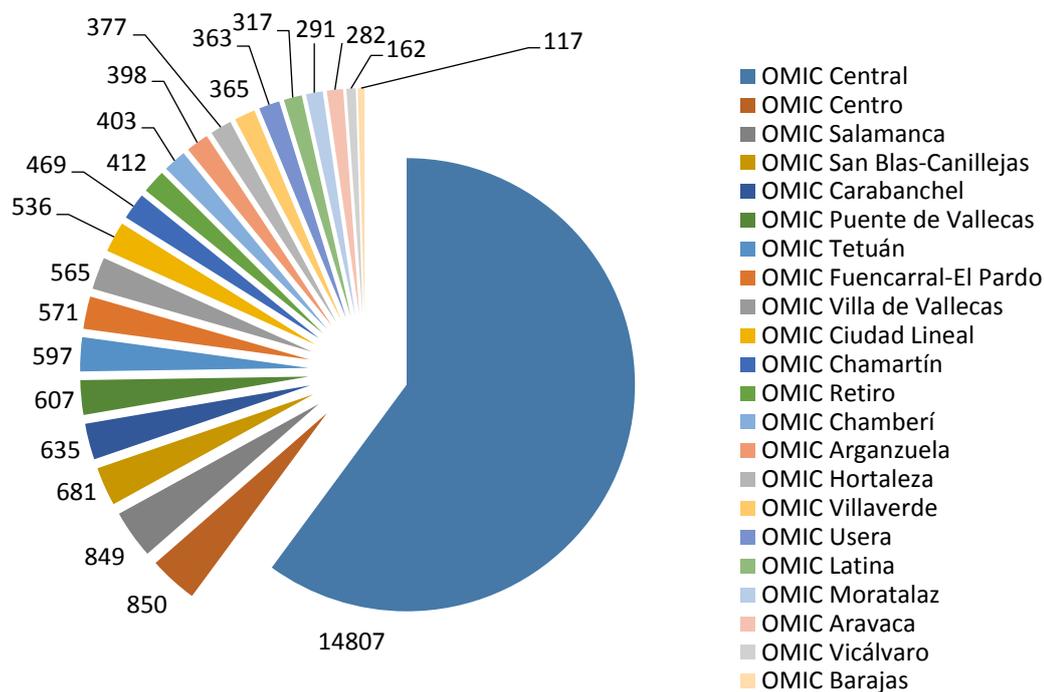
➤ **Distribución de expedientes por oficinas**



El 60,06% de los asuntos registrados fueron gestionados en la OMIC Central (14 807 expedientes) y el 39,94% restante (9847 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 (última revisión: Decreto del Delegado del Área de Salud, Seguridad y Emergencias de 23 de mayo de 2019; BAM 27 de mayo de 2019).

En el siguiente gráfico se indica el número de expedientes gestionados en cada una de las oficinas. En la tabla inmediatamente posterior, se indica su distribución en función de su tipología.

Expedientes tramitados por oficina OMIC en 2019



	Tipo y número de expedientes		Porcentaje del total
	Total	850	3,45%
OMIC CENTRO	Denuncia	6	1,33%
	Información	3	5,17%
	Queja	134	18,56%
	Reclamación	707	3,02%
	Total	398	1,61%
OMIC ARGANZUELA	Denuncia	17	3,76%
	Información	1	1,72%
	Queja	57	7,89%
	Reclamación	323	1,38%
	Total	412	1,67%
OMIC RETIRO	Denuncia	36	7,96%
	Información	0	0,00%
	Queja	29	4,02%
	Reclamación	347	1,48%
	Total	849	3,44%
OMIC SALAMANCA	Denuncia	0	0,00%
	Información	0	0,00%
	Queja	4	0,55%

	Tipo y número de expedientes		Porcentaje del total
	Reclamación	845	3,61%
	Total	469	1,90%
OMIC CHAMARTÍN	Denuncia	13	2,88%
	Información	0	0,00%
	Queja	56	7,76%
	Reclamación	400	1,71%
	Total	597	2,42%
OMIC TETUÁN	Denuncia	6	1,33%
	Información	0	0,00%
	Queja	38	5,26%
	Reclamación	553	2,36%
OMIC CHAMBERÍ	Total	403	1,63%
	Denuncia	18	3,98%
	Información	0	0,00%
	Queja	37	5,12%
	Reclamación	348	1,49%
OMIC FUENCARRAL-EL PARDO	Total	571	2,32%
	Denuncia	32	7,08%
	Información	0	0,00%
	Queja	53	7,34%
	Reclamación	486	2,07%
OMIC MONCLOA-ARAVACA	Total	282	1,14%
	Denuncia	9	1,99%
	Información	1	1,72%
	Queja	21	2,91%
	Reclamación	251	1,07%
OMIC LATINA	Total	317	1,29%
	Denuncia	1	0,22%
	Información	0	0,00%
	Queja	0	0,00%
	Reclamación	316	1,35%
OMIC CARABANCHEL	Total	635	2,58%
	Denuncia	11	2,43%
	Información	2	3,45%
	Queja	45	6,23%
	Reclamación	577	2,46%
OMIC USERA	Total	363	1,47%
	Denuncia	2	0,44%
	Información	1	1,72%
	Queja	5	0,69%

	Tipo y número de expedientes		Porcentaje del total
	Reclamación	355	1,52%
	Total	607	2,46%
OMIC PUENTE DE VALLECAS	Denuncia	3	0,66%
	Información	3	5,17%
	Queja	46	6,37%
	Reclamación	555	2,37%
	Total	291	1,18%
OMIC MORATALAZ	Denuncia	10	2,21%
	Información	12	20,69%
	Queja	29	4,02%
	Reclamación	240	1,02%
	Total	536	2,17%
OMIC CIUDAD LINEAL	Denuncia	1	0,22%
	Información	0	0,00%
	Queja	0	0,00%
	Reclamación	535	2,28%
	Total	377	1,53%
OMIC HORTALEZA	Denuncia	2	0,44%
	Información	0	0,00%
	Queja	1	0,14%
	Reclamación	374	1,60%
	Total	365	1,48%
OMIC VILLAVERDE	Denuncia	29	6,42%
	Información	2	3,45%
	Queja	24	3,32%
	Reclamación	310	1,32%
	Total	565	2,29%
OMIC VILLA DE VALLECAS	Denuncia	5	1,11%
	Información	0	0,00%
	Queja	1	0,14%
	Reclamación	559	2,39%
	Total	162	0,66%
OMIC VICALVARO	Denuncia	15	3,32%
	Información	0	0,00%
	Queja	9	1,25%
	Reclamación	138	0,59%
	Total	681	2,76%
OMIC SAN BLAS-CANILLEJAS	Denuncia	3	0,66%
	Información	0	0,00%
	Queja	3	0,42%
	Total		

	Tipo y número de expedientes	Porcentaje del total	
	Reclamación	675	2,88%
	Total	117	0,47%
OMIC BARAJAS	Denuncia	6	1,33%
	Información	0	0,00%
	Queja	11	1,52%
	Reclamación	100	0,43%
	Total	14 807	60,06%
OMIC CENTRAL	Denuncia	227	50,22%
	Información	33	56,90%
	Queja	119	16,48%
	Reclamación	14 428	61,60%
	Total	24 654	100,00%
	Denuncia	452	1,83%
TOTAL GENERAL	Información	58	0,24%
	Queja	722	2,93%
	Reclamación	23 422	95,00%

➤ Distribución sectorial de expedientes

Consumo es un ámbito multidisciplinar, de modo que las reclamaciones, quejas, solicitudes de información y denuncias formuladas versan sobre un amplio espectro de temas. A continuación, se hace un breve análisis de los expedientes en función del sector sobre el que recae la reclamación o denuncia en cuestión.

Desde el año 2018 se ha aplicado un nuevo sistema de clasificación de reclamaciones, tomando como base un modelo de sistematización de datos distinto, 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 en materia de consumo.

Esta clasificación incluye sectores generales y específicos. Adicionalmente, el actual modelo de datos incluye nuevos campos de información sobre motivo general y específico del expediente y sistema de compra. De este modo se incrementa notablemente el potencial de consulta informática, a la hora de hacer un análisis más pormenorizado de los expedientes registrados.

DISTRIBUCIÓN DE EXPEDIENTES POR SECTORES		
SECTORES / SUBSECTORES	Nº EXPEDIENTES	PORCENTAJE
Alimentación	553	2,24%
Bienes de consumo	5262	21,34%
Servicios	17 510	71,02%
• Subsector Servicios Generales	2989	17,07%
• Subsector Servicios Financieros	1988	11,35%
• Subsector Telecomunicaciones	6385	36,46%
• Subsector Transportes y Servicios Postales	1400	8,00%
• Subsector Ocio	2180	12,45%
• Subsector Energía y Agua	2568	14,67%
Salud	639	2,59%
Educación	353	1,43%
Vivienda	337	1,37%

El sector más numeroso es el de los servicios, que agrupa muy distintas actividades y totaliza un 71,02 % de los asuntos planteados en la OMIC. Por su amplitud se presenta desglosado en seis subsectores. Le siguen en términos cuantitativos los expedientes referidos a los bienes de consumo, con un 21,34 % de los asuntos, el sector de la salud con un 2,59 %, la alimentación con un 2,24%, la educación con un 1,43% y, por último, la vivienda con tan solo un 1,37%.

Dentro del sector de servicios, las telecomunicaciones, como es lo habitual, conforman el primer subsector en importancia desde el punto de vista cuantitativo. Y dentro de este subsector destacan el de servicios combinados de telefonía (3269 expedientes), que representa el 51,20% de ese subsector, seguido de los servicios de telefonía móvil, con 2328 expedientes, que suponen el 36,45% del total del subsector de telecomunicaciones.

El segundo subsector en importancia es el de los servicios generales (mantenimiento y reparaciones de productos, estaciones de servicio, locutorios, tintorerías, etc.), que con 2989 representan el segundo subsector en número de reclamaciones, superando al subsector de suministros (agua, electricidad y gas) que, con 2568 expedientes, se sitúa en la tercera posición.

Comparando con los datos de 2018, los expedientes referidos a suministros de agua y energía presentan un moderado ascenso (2247 en 2018), mientras que disminuyen los referidos a servicios generales (3216 en 2018), y el subsector de ocio, con 2180 expedientes en 2019 frente a los 2383 registrados en 2018.

En 2019, destaca el importante descenso de las reclamaciones referidas a salud. Si en 2018 se registraron 1718 reclamaciones, lo que prácticamente duplicaba el dato registrado en 2017 (901 expedientes), en 2019, sólo se han totalizado 639 expedientes. Ello es consecuencia de la afectación que tuvo especialmente en el año 2018 el cierre de determinadas clínicas dentales, cuestión que tuvo repercusión sobre muchos consumidores/as.

Las reclamaciones debidas a la adquisición de bienes de consumo totalizaron 5262 asuntos, frente a los 6361 expedientes registrados en 2018, lo que supone un decremento de 17,28%. Analizando el subsector, los expedientes referidos a la adquisición de aparatos telefónicos, como en 2018, son el subgrupo más reclamado, con 780 expedientes, seguido de los relativos a mobiliario con 731 altas (750 en 2018). Al igual que en ejercicios anteriores, el subgrupo textil se sitúa entre los más reclamados, con 642 expedientes (776 en 2018). Así pues, puede concluirse pues que los grupos más reclamados siguen siendo los mismos, si bien se aprecia en todos ellos un cierto descenso del número de expedientes registrados.

Respecto a la vivienda, que comprende tanto la compraventa como el alquiler, así como el aprovechamiento por turno, se observa un mantenimiento del número de expedientes con tendencia a la baja respecto a los registrados en 2018 (365 expedientes). En 2019 se han computado 337 expedientes en el subsector.

➤ **Información y orientación. Atención presencial en la OMIC**

Una de las principales labores desarrolla por la OMIC es proporcionar asesoramiento en materia de consumo a los/as consumidores/as, que se traduce en:

- 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.
- 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 meses de julio y agosto abre solamente en horario de mañana. La OMIC Central tiene dos modalidades o programas que se desarrollan con cita previa, el de asesoramiento en la gestión de la economía doméstica (AED) y el de información y nuevas reclamaciones (INR).

	OMIC Central			Total Distritos	Totales
	AED	INR	TOTAL		
Personas citadas	807	2148	2955	13 396	16 351
Personas que acudieron a la cita	636	1628	2264	9336	11 600
Personas que no asistieron a la cita	171	520	691	4060	4751
Porcentaje de asistencia	78,81%	75,79%	76,62%	69,69%	70,94%

De los datos destaca la relativamente elevada incidencia del absentismo en la cita previa en los distritos, que se sitúa en el 30,31%, frente a una incidencia casi siete puntos menor registrada en la OMIC Central (23,38 %). Comparando con los datos de 2018, en que se registró un absentismo del 26,8%, como media, se puede considerar que la situación en la OMIC Central ha mejorado, pero en el conjunto de las oficinas, por el peso de los distritos, sigue siendo elevada.

Teniendo en cuenta que el 87,20% de las citas previas se dan con un plazo no superior a 10 días naturales, el mayor absentismo observado en los distritos puede obedecer, en parte, a que tienen un horario de atención más reducido que el de la OMIC Central.



La OMIC Central desarrolla dos programas en colaboración con las asociaciones de consumidores integradas en el Consejo Municipal de Consumo, el primero de ellos, el *Programa de Asesoramiento de la Gestión de la Economía Doméstica* es un servicio, gratuito, confidencial e independiente, con el que se pretende proporcionar herramientas para el control de gastos y conseguir una mejor gestión de la economía personal o familiar, evitando el sobreendeudamiento, está dedicado a la resolución de consultas planteadas y cuenta como apoyo con

una colección de materiales divulgativos y una herramienta de cálculo del presupuesto familiar, de desarrollo propio. En el año 2018 este programa fue seleccionado como uno de los proyectos de ciudad de la Web de internacionalización de Madrid.

Dentro de este programa se han atendido, con cita previa, 636 consultas, lo que representa el 78,80% de las 807 citas previas concedidas.

El **Programa de Orientación Jurídica**, por su parte, atiende consultas sobre derechos y deberes de las personas consumidoras y complementa la atención personalizada que se da en la OMIC Central.

La existencia de cita previa para esta atención personalizada se compatibiliza, en la OMIC Central, con la **información general sin cita previa**, que se refiere a aspectos como, por ejemplo, cómo presentar una reclamación, que no requiere cita previa, así como la solicitud y entrega de hojas de reclamaciones a las empresas, o la consulta de expedientes que se estén ya tramitando en la OMIC, que es atendida directamente por el personal técnico que tenga asignada la gestión del expediente concreto de que se trate.

En la OMIC Central, durante el año 2019, se han atendido a 6588 personas sin cita previa, que se personaron para alguna de las cuestiones anteriormente descritas, de las que 5888 fueron atendidas en turno de mañana y 700 en turno de tarde. Dentro de ellas, el grupo más numeroso es el de los solicitantes de información general, con 3786 personas atendidas.

Sumando los datos de atención presencial por cita previa y sin cita, en la OMIC Central se ha atendido a un total de 8852 personas, 2264 con cita previa y 6588 sin cita previa.

El resumen de datos disponibles de atención presencial en la OMIC es la siguiente:

ATENCIÓN PRESENCIAL EN LA OMIC				
	Con cita previa		Sin cita previa	Total personas atendidas
	Citados	Asisten		
OMIC Distritos	13 396	9336		9336
OMIC Central	2955	2264	6588	8852
TOTAL	16 351	11 600		18 188

Por otro lado, conviene reflejar que, en 2019, el porcentaje de personas usuarias satisfechas con la información y orientación recibidas por la OMIC asciende al 86,99%, con una nota de evaluación de 8,19 puntos, según los datos de las encuestas trimestrales de valoración ciudadana que se realizan para la evaluación y seguimiento de indicadores de la Carta de Servicios de la OMIC.

Para completar los datos referidos a información a las personas consumidoras, conviene mencionar aquí de nuevo el pequeño número de solicitudes de información o consultas que se formalizan por escrito y que se registran en SIGSA. Son consultas realizadas por escrito por personas consumidoras que, por regla general, no han asistido a cita presencial. Estas solicitudes de información, que se han consolidado entorno al 0,24% del total de expedientes, en 2019 han ascendido a 58 consultas que han sido contestadas, 33 por la OMIC Central y 25 por los distritos.

Por otro lado, la OMIC Central dispone de un buzón de consultas para facilitar a la ciudadanía la formalización de sus peticiones de información o consultas. En 2019, se han contestado más de 1500 consultas.

➤ **Distribución de hojas del sistema unificado de reclamaciones**

El Decreto 1/2010, de 14 de enero, del Consejo de Gobierno, por el que se aprueba el Reglamento de la Ley 11/1998, de 9 de julio, de Protección de los Consumidores de la Comunidad de Madrid establece que todos los establecimientos y actividades que se presten en la región, deben de disponer de hojas de reclamaciones a disposición de los consumidores, siendo las entidades locales las encargadas de su distribución, entre otras administraciones públicas. La OMIC realiza esta actividad en todas sus oficinas y atiende las demandas de hojas y carteles informativos por parte de las empresas.

Desde la entrada en vigor del procedimiento de descarga on-line de las hojas de reclamaciones, la petición de las mismas ha disminuido considerablemente. Así, en 2019, en la OMIC Central se ha atendido a 299 empresarios que se han desplazado a sus instalaciones para solicitar hojas de reclamaciones o carteles informativos. En 2019 se ha entregado el 100% de las peticiones en el mismo momento, dando cumplimiento al compromiso correspondiente de la Carta de Servicios.

➤ **Aplicación informática de gestión OMIC**

En 2019 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 mejorar la protección de los datos de interesados, agilizar y facilitar la gestión, dando respuesta a necesidades específicas

surgidas en la práctica diaria de la tramitación, 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 ligeramente la codificación de reclamaciones para facilitar y mejorar la explotación de datos.

Todo ello se ha llevado a cabo en colaboración con Informática del Ayuntamiento de Madrid, realizándose por parte de la OMIC Central propuestas de mejora que están pendientes de revisión y ejecución por dicho organismo.

1.2 Actividades desarrolladas por la Junta Arbitral de consumo del Ayuntamiento de Madrid.



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

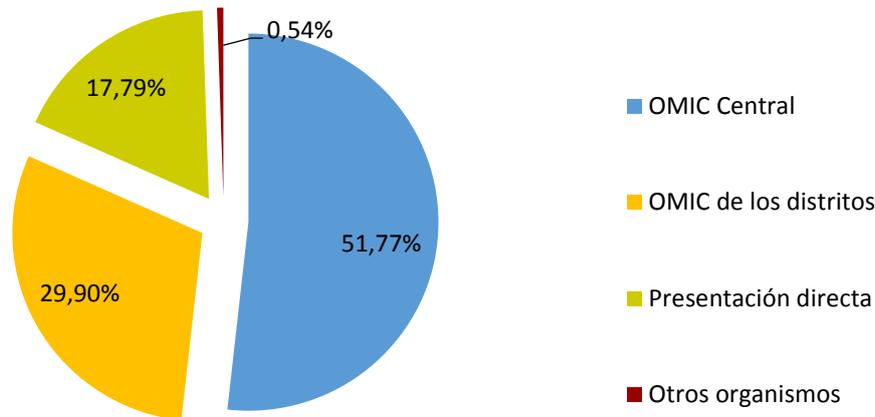
Al igual que en ejercicios anteriores, el IMC ha desarrollado en 2019 acciones que promuevan el conocimiento de este sistema y la adhesión voluntaria de las empresas.

➤ **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, siendo una de las 3 primeras Juntas Arbitrales establecidas en España. Los órganos arbitrales conocen de la controversia sometida a su consideración y dictan los laudos arbitrales, resoluciones extrajudiciales de obligado cumplimiento por las partes.

Durante el año 2019 se han gestionado 933 solicitudes de arbitraje, incrementando ligeramente el valor del precedente año 2018, en el que se tramitaron 919.

Procedencia de las solicitudes de arbitraje



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, 483 de la oficina Central y 279 de las oficinas de distrito, lo que supone un 81,67 % del total.

El 18,33 % restante se distribuye de la siguiente forma: 166 solicitudes fueron presentadas directamente por las personas consumidoras ante la Junta Arbitral de Consumo y 5 se recibieron a través de otros organismos.

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

➤ **Distribución sectorial de solicitudes de arbitraje**

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.

En 2019 la clasificación de reclamaciones se ha efectuado conforme a este nuevo modelo, que comprende los sectores generales que se indican en la siguiente tabla, dividiéndose cada uno de ellos en los correspondientes sectores específicos.

En el mismo sentido ha operado el desarrollo y puesta en funcionamiento de una nueva herramienta informática para la extracción de los datos estadísticos que, a distintos niveles, genera la tramitación de solicitudes de arbitraje.

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

DISTRIBUCIÓN DE EXPEDIENTES POR SECTORES		
Sectores	Nº de solicitudes	Porcentaje
Telecomunicaciones	458	49,09%
Bienes de consumo	148	15,86%
Servicios generales	122	13,08%
Energía y agua	80	8,57%
Transporte y servicio postal	37	3,97%
Servicios de ocio	25	2,68%
Servicios financieros	24	2,57%
Educación	17	1,82%
Salud	16	1,71%
Vivienda	4	0,43%
Alimentación	2	0,22%
TOTAL	933	100%

El grupo más numeroso corresponde a las telecomunicaciones, y representa un 49,09 % del total, seguido de la adquisición de bienes con un 15,86% y los servicios generales con un 13,08% del total.

De manera más específica, dentro del sector de las telecomunicaciones, destacan los servicios combinados de telefonía con 205 solicitudes, los de telefonía móvil con 188 solicitudes y los de telefonía fija (31 solicitudes).

En cuanto a la compra de bienes, cabe resaltar las 25 solicitudes de arbitraje relativas a la adquisición de productos electrodomésticos, electrónicos o informáticos, las 21 solicitudes de arbitraje recibidas sobre compras de mobiliario y, las mismas, sobre productos textiles y prendas de vestir. A continuación están las relativas a la compra de aparatos telefónicos con 20 y finalmente, las 14 correspondientes a adquisición de vehículos automóviles.

Del grupo de los servicios generales, el dato más significativo son las 37 solicitudes relativas a tintorería-lavandería, que representan un 3,97% del total de asuntos gestionados en la Junta Arbitral de Consumo del Ayuntamiento de Madrid, seguido del mantenimiento y reparación de vehículos a motor, con 25 solicitudes recibidas.

Sectores	Subsector	Nº de Solicitudes	Porcentaje
Telecomunicaciones	Servicios combinados telefonía	205	21,97%
	Telefonía móvil	188	20,15%
	Telefonía fija	31	3,32%
Bienes	Electrodomésticos, electrónica e informática	25	2,68%
	Textil y prendas de vestir	21	2,25%
	Mobiliario	21	2,25%
Servicios Generales	Tintorería	37	3,97%
	Mantenimiento y reparación de vehículos	25	2,68%
	Reparaciones hogar	13	1,39%
Transporte y Servicio Postal	Belleza, estética y peluquería	10	1,07%
	Alquiler de vehículos sin conductor	13	1,39%
Servicios de Ocio	Gimnasios	10	1,07%
Energía y agua	Electricidad comercializadora	42	4,50%
Salud	Hospitales, clínicas y profesionales sanitarios	10	1,07%
Varios	Otros	282	30,23%
TOTAL		933	100%

➤ Resoluciones arbitrales

Los órganos arbitrales que emiten las resoluciones son los designados por la Presidencia de la Junta Arbitral, los cuáles, en función de su composición, pueden ser unipersonales o colegiados. Durante el ejercicio 2019, todas las vistas arbitrales celebradas (308) han tenido lugar con órgano colegiado, habiéndose emitido 286 laudos arbitrales en equidad y 22 en derecho. Han formado parte de los colegios arbitrales de la Junta Arbitral de Consumo del Ayuntamiento de Madrid árbitros propuestos por 17 asociaciones de consumidores y por 14 organizaciones empresariales, conforme a los convenios vigentes a tal efecto.

Según el tipo de laudo, los resultados de las vistas celebradas en el año 2019 se clasifican de la siguiente manera:

RESULTADO DE LAS VISTAS CELEBRADAS		
Resultado / Tipo de Laudo	Número	Porcentaje
Estimatorio total o parcialmente	159	51,62%
Desestimatorio	83	26,95%
Conciliatorio	6	1,95%
Archivo-Vía judicial cerrada	32	10,39%
Archivo-Vía judicial expedita	0	0,00%
Suspensión	14	4,55%
Peritaje	3	0,97%
Inhibitorio	11	3,57%
TOTAL	308	100%

➤ **Promoción del arbitraje de consumo**

Al final del año, el número total de empresas adheridas al Sistema Arbitral de Consumo era de 3388.

Para fomentar el conocimiento y la difusión del arbitraje desde el IMC entre las personas consumidoras y la adhesión de las empresas a este sistema se han llevado a cabo las siguientes actuaciones:

- Campaña de comunicación directa a nivel empresarial, que tuvo lugar entre el 2 de septiembre y el 20 de noviembre de 2019, con el objetivo de fomentar el arbitraje de consumo como condición indispensable para la adhesión a los Códigos de Buenas Prácticas.
- Campaña de difusión y promoción del Sistema Arbitral de Consumo. Con el fin de difundir este sistema de resolución extrajudicial de conflictos entre consumidores y empresarios; dar a conocer el distintivo que lo identifica y fomentar la adhesión de empresas y comerciantes al mismo, se ha procedido al diseño de una nueva campaña que, bajo el lema “Donde ves un conflicto, nosotros una solución” que fue exhibida en marquesinas en junio de 2019.
- Distribución de folleto sobre el sistema arbitral en las campañas de información desarrolladas en colaboración con las asociaciones de consumidores en mercadillos y ejes comerciales
- Promoción de la adhesión al Sistema Arbitral en las actividades dirigidas a comerciantes integradas en el programa anual de formación en materia de consumo.



➤ **Desarrollos informáticos para la Junta Arbitral de Consumo**

Durante el año 2019 se han impulsado medidas para mejorar la gestión de las solicitudes de arbitraje a través de la aplicación SIGSA, basada en expediente electrónico. No obstante, en tanto en cuanto no se posibilite un desarrollo de notificación electrónica, que ha sido solicitado a IAM, ha de mantenerse la notificación mediante correo postal certificado para dejar constancia fehaciente de la notificación, dando así cumplimiento a lo establecido al respecto en el Real Decreto 231/2008, de 15 de febrero, por el que se regula el Sistema Arbitral de Consumo, así como en la Ley 39/2015, de 1 de octubre, de Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas.

En 2019 han concluido, en una primera fase, los trabajos de definición y desarrollo de una aplicación informática basada en Business Intelligence (BI-JAC), prevista dentro de la cartera de proyectos del IAM, cuya realización ha sido laboriosa en consonancia a la singularidad y complejidad del procedimiento arbitral. Esta acción resulta necesaria para una mejor explotación de la información contenida en SIGSA y la obtención rápida y ágil de diferentes informes estadísticos que se precisan para reflejar la gestión diaria de la JAC. Para la implantación práctica de este nuevo desarrollo informático IAM organizó una sesión formativa el 28 de noviembre con asistencia del personal adscrito a la JAC. Queda pendiente el desarrollo de nuevas explotaciones de datos, así como la introducción de nuevos campos de información.

➤ **Otras actuaciones**

Arbitraje turístico. En virtud del Convenio de Colaboración suscrito anualmente en materia de Consumo entre el Ayuntamiento de Madrid y la Comunidad de Madrid, el IMC elaboró un Protocolo de actuaciones para el fomento del arbitraje turístico en coordinación con la Comunidad de Madrid, que fue implantado en 2013 y que continúa en vigor. Durante el ejercicio 2019 se han recibido en la Junta Arbitral del Ayuntamiento de Madrid 8 solicitudes de arbitraje turístico: 7 del sector de agencias de viajes y 1 relativa a hoteles y alojamientos turísticos.

En 2019 se ha adaptado a la normativa aplicable y procedido a normalización el formulario correspondiente a la solicitud de arbitraje en sus formatos electrónico (versión web) e impreso (se editaron 6000 ejemplares).

Línea de acción II

Formación sobre consumo

Los programas de formación en materia de consumo que, con carácter anual viene desarrollando el IMC, comprenden un conjunto de actividades dirigidas a las dos partes que integran toda relación de consumo. En 2019 se licitó un nuevo contrato, que con un periodo de ejecución de dos, años asegura la continuidad en la acción formativa en materia de consumo.

En lo que respecta a la formación específica dirigida a los/as trabajadores/as municipales, desde el IMC se han programado un conjunto de cursos, para contribuir a la mejora continua de nuestros servicios, a través de la actualización de conocimientos en materia de consumo de los profesionales que trabajan en estos servicios.

2.1 Programa de formación en consumo

➤ **Acciones formativas dirigidas a las personas consumidoras**

El Programa de formación 2019 contemplaba un conjunto de acciones formativas dirigidas a distintos públicos objetivo, con especial incidencia en aquellos colectivos que, conforme a la normativa vigente, deben ser objeto de especial protección, es decir, los escolares, personas con discapacidad, inmigrantes y mayores.

El Delegado del Área de Gobierno de Economía, Innovación y Empleo, acompañado del Concejal Presidente del distrito de Hortaleza, presentaron el 5 de noviembre el programa en el Centro Público de Educación Especial Princesa Sofía, a través de la realización de la actividad lúdico-educativa “Supermercado itinerante de consumo”. Destinada al alumnado de este centro, la actividad simula un supermercado real, planteando de manera práctica la compra responsable de productos, teniendo en cuenta las necesidades, el presupuesto previo, la lista de la compra, el ticket de caja, para finalmente interponer una reclamación.

El programa de formación en materia de consumo de 2019 ha comprendido 1394 acciones formativas dirigidas a consumidores, que han contado con 35 725 participantes. Comparativamente con el pasado ejercicio esto supone un incremento del 7,3% en cuanto al número de acciones y del 8,1% en cuanto a personas formadas.

Las acciones se han desarrollado en 151 centros escolares, 12 centros de inmigrantes y personas con discapacidad, 14 centros de educación de adultos y 21 centros municipales de personas mayores, distribuidos estos últimos en todos los distritos de la ciudad. Los tipos de acciones formativas dirigidas a personas consumidoras han sido los siguientes:

Talleres de consumo

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

El número total de talleres celebrados en 2019 ascendió a 1281, en los que participaron 28 081 alumnos/as. Las temáticas de los talleres las eligieron los propios centros, dentro de una variada oferta, en las que tiene un peso importante el fomento consumo responsable, en línea con los Objetivos del Desarrollo Sostenible de la ONU.

OFERTA TEMÁTICA DE TALLERES DE CONSUMO 2019

Salud y seguridad de los productos
Saber comprar
Suministros básicos
Banca y seguros
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 y 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
Finanzas y seguros éticos
Publicidad y medios de comunicación
Reclamaciones y denuncias de consumo

En línea con el Programa de Asesoramiento en la Gestión de la economía doméstica que se desarrolla desde hace varios ejercicios en la OMIC, 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 50 talleres, 16 de ellos impartidos en grupos de enseñanza primaria y 34 en secundaria. Estos talleres específicos han tenido buena acogida, como demuestra la valoración obtenida de 4,72 puntos sobre 5.

En cuanto a las temáticas de Comercio Justo y consumo sostenible, se han realizado 353 talleres de consumo sostenible en diferentes ciclos educativos y 69 talleres específicos de Comercio Justo. De nuevo, en este ejercicio 2019, el IMC ha participado en la Feria del día Universal de la Infancia, el día 30 de noviembre, con la realización de 8 talleres dedicados al Comercio Justo. El resto de talleres ha estado muy repartido entre las distintas temáticas de la oferta.

La evaluación efectuada al final del conjunto de todos los talleres realizados arroja una valoración media de 4,55 puntos sobre 5, lo que permite concluir que existe un grado notable de satisfacción de los destinatarios y que esta actividad formativa ha cumplido las expectativas de los centros solicitantes.

Gymkhanas de consumo

Las gymkhanas de consumo están enfocadas a los colectivos de las personas discapacitadas e inmigrantes. En ellas se plantea la realización práctica de varias pruebas que debe superar los 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 2019 se han desarrollado 4 gymkhanas de consumo, con un total de 52 personas participantes. En la evaluación efectuada por éstos se otorga una puntuación media de 4,40 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 física 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 2019 se desarrollaron 18 supermercados, con 228 participantes. En la evaluación efectuada se le otorga una puntuación media de 4,72 sobre 5.

Actividades para mayores



El formato de esta actividad se basa en la instalación de puntos informativos sobre consumo en los centros municipales de personas mayores. Han participado en ellas 21 centros, uno por cada distrito, en los que durante tres horas un/a técnico/a en consumo atiende las consultas de las personas que acuden al mismo. Los centros fueron seleccionados por la Dirección General competente en materia de protección a las personas mayores.

Durante esta actividad, se distribuyó la guía divulgativa “Las personas mayores y el consumo”, 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 5880 guías.

CENTROS DE MAYORES PARTICIPANTES EN EL PROGRAMA DE FORMACIÓN 2019

Centro Municipal	Distrito	Centro Municipal	Distrito
San Francisco	Centro	San Filiberto	Usera
Pérez Galdós	Retiro	Casa del Reloj	Arganzuela
La Guindalera	Salamanca	Isaac Albín	Moratalaz
La Remonta	Tetuán	Ntra. Sra. de la Merced	Hortaleza
Cerro Bermejo	Latina	Islas Filipinas	Ciudad Lineal
La Vaguada	Fuencarral-El Pardo	Miguel Delibes	Villaverde
Dehesa de la Villa	Moncloa-Aravaca	Villa de Vallecas	Villa de Vallecas
El Almendro	Vicálvaro	Castillo de Uclés	San Blas-Canillejas
Blasco de Garay	Chamberí	Pablo Neruda	Puente de Vallecas
San Vicente Paul	Carabanchel	Teresa de Calcuta	Barajas
Santa Hortensia	Chamartín		

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

Los datos de las 330 encuestas realizadas indican que ha habido una mayor participación de mujeres - un 58% frente al 42% 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.

Algunos datos adicionales recogidos en estas encuestas ponen de manifiesto la importancia de incidir en acciones formativas e informativas destinadas a este colectivo, puesto que el 38% indican no saber cómo formular una reclamación y un 47% no conoce la forma de solicitar información sobre consumo. En torno al 25% de las personas mayores encuestadas ve muy adecuada que esta información se les acerque a través de los centros de mayores.

Sesiones formativas para personas adultas

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

- ✓ Los derechos generales de las personas consumidoras
- ✓ El Sistema Arbitral de Consumo
- ✓ Publicidad y medios de comunicación
- ✓ Comercio Justo
- ✓ La economía social y solidaria
- ✓ Las cooperativas de consumo
- ✓ Finanzas y seguros éticas
- ✓ La trazabilidad de los que consumimos. Sellos y certificaciones
- ✓ Consumo sostenible de productos y servicios

- ✓ Consumo y alimentación sostenible: desperdicio alimentario
- ✓ Uso sostenible de la energía. Ahorro y eficiencia energética.
- ✓ Minimización, separación y reciclaje de residuos. La fracción biorresiduo
- ✓ Nuevas tecnologías y comercio electrónico
- ✓ Gestión de la economía doméstica
- ✓ Salud y seguridad de los productos
- ✓ Suministros básicos: electricidad, agua y gas
- ✓ Banca y seguros
- ✓ Saber comprar
- ✓ Ocio, juegos y juguetes

Se realizaron un total de 70 sesiones formativas, en 14 centros de formación de personas adultas de la ciudad de Madrid. Estas sesiones formativas contaron con 1154 asistentes. El mayor número de ellos ha elegido la temática de “Nuevas tecnologías y comercio electrónico”.

La evaluación global de las sesiones formativas arrojó una puntuación de 4,92 puntos sobre 5.

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

Dentro del programa de formación 2019, se realizó, como es tradicional, una campaña informativa dirigida a comerciantes, que se desarrolla a través de visitas a establecimientos en zonas seleccionadas de la ciudad. Sus objetivos son los siguientes:

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

- Informar sobre los Códigos de Buenas Prácticas sectoriales y promover la adhesión a los mismos.

En cada visita se hace entrega al establecimiento comercial de una carpeta con documentación general relativa a los temas anteriormente citados.

Se comprueba también si el establecimiento comercial está adherido al Sistema Arbitral de Consumo o al Código de Buenas Prácticas del sector. Si no es así, se informa sobre estos temas y se les facilitan los impresos oficiales de adhesión.

En el Programa de Formación en Consumo 2019 se han realizado visitas personalizadas a 721 establecimientos. Las zonas de actuación seleccionadas han sido los distritos de Salamanca y Usera.

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

ZONAS	ESTABLECIMIENTOS VISITADOS
Distrito Salamanca	439
Recoletos	329
Castellana	83
La Guindalera	27
Distrito Usera	282
Moscardó	146
Pradolongo	50
Almendrales	86
TOTAL	721

Del total de 721 establecimientos visitados, el 96% disponía de hojas de reclamaciones y el 90% exhibía el cartel informativo y al resto se les ha facilitado información sobre como solicitarlas y obtenerlas gratuitamente.

Al respecto del conocimiento sobre el Sistema Arbitral de Consumo, un 4% reconoce saber en qué consiste, aunque únicamente un 2% se encontraba ya adherido. De los establecimientos visitados, 561 pertenecen a un sector que dispone de Código de Buenas Prácticas, de los cuales 6 estaban ya adheridos al código sectorial correspondiente, habiéndosele facilitado información a los restantes.

➤ **Resumen del programa de formación en materia de consumo**

En síntesis, el programa de formación en consumo correspondiente al ejercicio 2019 comprendió un total de 2115 acciones formativas. El número de acciones formativas supone un incremento notable respecto al año pasado, que se realizaron 2001, asimismo, es significativo el mayor número de participantes totales que, en 2019 se cifró en 36 446 personas, frente a las 33 326 del ejercicio 2018.

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 FORMACIÓN EN MATERIA DE CONSUMO 2019					
Destinatarios	Tipo de acción	Nº de acciones	Nº de participantes	Hombres	Mujeres
Personas consumidoras	Talleres de consumo	1281	28 081	14 378	13 703
	Gymkhanas de consumo	4	52	34	18
	Supermercado itinerante	18	228	129	99
	Sesiones formativas para personas adultas	70	1154	457	697
	Sesiones en centros municipales de personas mayores	21	6210	138 ¹	192 ¹
Representantes empresariales	Visitas a establecimientos comerciales	721	721		
TOTALES		2115	36 446		

¹ Este dato recoge únicamente la desagregación de los participantes en las 330 encuestas realizadas en los centros de mayores

2.2 Formación interna. Cursos específicos sobre consumo

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

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

En alguno de los cursos se ha mantenido un enfoque más amplio, dirigiéndose al conjunto de la plantilla municipal, para mejorar el conocimiento individual sobre los derechos de las personas consumidoras y de fomentar un consumo responsable de productos y servicios. En el año 2019, Los cursos específicos sobre consumo, cuya programación y coordinación correspondió al IMC fueron los siguientes:

FORMACIÓN ESPECÍFICA DE CONSUMO PARA EMPLEADOS/AS DEL AYUNTAMIENTO DE MADRID. AÑO 2019

Título del curso	Ediciones	Nº de horas	Nº de alumnos/as
Academias de Enseñanza no Reglada	2	15	40
La tutela de los consumidores en los procedimientos judiciales	1	21	40
Seguridad de los productos	1	15	40
Consumo sostenible y comercio justo	2	21	40
Protección al consumidor/a deudor/a hipotecario	2	21	40
TOTALES	8	93	200

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

2.3 Resumen de actividades de formación

El conjunto de actividades formativas en materia de consumo realizadas en 2019, tanto las incluidas en el programa anual de formación en materia de consumo, como las dirigidas a otros colectivos específicos, junto con los cursos destinados a la formación continua de trabajadores/as municipales se resume en la siguiente tabla.

RESUMEN DE ACTIVIDADES DE FORMACIÓN. AÑO 2019

	Nº acciones formativas	Nº participantes
Programa de formación en consumo	2115	36 446
Formación empleados/as del Ayuntamiento de Madrid	8	200
TOTAL	2123	36 646

Línea de acción III

Códigos de buenas prácticas para los sectores empresariales

En esta línea de acción se trabaja buscando el consenso con las principales asociaciones empresariales de cada sector, con el objetivo de potenciar el cumplimiento por parte de las empresas tanto de la normativa general, como la específica aplicable, e ir un paso más allá, estableciendo compromisos adicionales que redunden en beneficio de los/as consumidores/as.



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

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

➤ **Los Códigos de Buenas Prácticas en cifras en 2019**

- ✓ 19 códigos sectoriales aprobados
- ✓ 2 códigos actualizados
- ✓ 239 expedientes de adhesión de empresas tramitados
- ✓ 87 nuevas adhesiones
- ✓ 1604 empresas adheridas

➤ **Revisión y actualización de Códigos de Buenas Prácticas aprobados**

Dentro del conjunto de CBP aprobados y, 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 CBP 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 2019 se ha procedido a la actualización del contenido de dos de estos códigos, los correspondientes a los sectores de:

- Artículos de Deporte y
- Talleres de Reparación de automóviles.



The image shows a digital form titled 'PROTOCOLO DE AUTOCONTROL' for 'Artículos de Deporte'. It includes sections for 'DATOS DE LA PERSONA O ENTIDAD RESPONSABLE' (Personal or Responsible Entity Data) and 'DECLARACION RESPONSABLE' (Responsible Declaration). The form contains various input fields for name, address, phone, and email, along with checkboxes for compliance with specific regulations.

Como material de apoyo, y de forma complementaria, se han actualizado y normalizado los protocolos de autocontrol correspondientes a ambos sectores, que también están disponibles en versión impresa, habiéndose editado para ello 1000 ejemplares del código de artículos de deporte y 2000 del correspondiente al sector de los talleres de reparación de automóviles.

Ambos protocolos están disponibles en formato electrónico en la página web corporativa.

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

Entre el 2 de septiembre y el 20 de noviembre de 2019, se ha llevado a cabo una campaña de comunicación directa dirigida a las empresas de forma individualizada.

Esta campaña ha supuesto la realización de 250 visitas a establecimientos de nuestra ciudad, correspondientes a los sectores de restauración y ocio, comercio del sector de calzado y comercio del sector de textil. Dicha campaña ha tenido como 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.

Además, se ha desarrollado una campaña de comunicación mediante correo que ha tenido un número de 357 destinatarios correspondientes a los sectores del comercio de aves, huevos y caza; comercio textil y comercio de calzado.

➤ **Número de establecimientos adheridos a Códigos de Buenas Prácticas**

La adhesión a los CBP por parte de las empresas es voluntaria e implica el cumplimiento de los requisitos legales aplicables a cada sector, así como de los compromisos de actuación contenidos en los mismos, entre los que figura la adhesión al sistema arbitral de consumo como medio de resolución de los posibles conflictos surgidos entre empresarios y consumidores.

Durante 2019 se han tramitado un total de 239 expedientes de adhesión a CBP, que han dado lugar a 87 nuevas adhesiones, con lo que el número de establecimientos adheridos al final de 2019 era de 1604.

Durante este ejercicio cabe señalar el significativo número de renovaciones de adhesión (108), que se ha tramitado en un sector empresarial que demuestra gran implicación en este sistema de autocontrol, como es el de Restauración y ocio nocturno.

Línea de acción IV

Investigación y control del mercado

Esta línea de acción tiene como objetivo el desarrollo de tareas que permitan que la ciudadanía pueda tener confianza en que los productos y servicios puestos a su disposición en el mercado respetan lo establecido en la normativa vigente de aplicación general o sectorial, en materia de protección de los derechos de las personas consumidoras.

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

4.1 Programa de investigación

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

La Oficina de Investigación de Consumo ha elaborado durante 2019 tres informes referidos respectivamente a la organización de las competencias municipales sobre espectáculos públicos, observaciones al borrador de proyecto Decreto por el que se aprueba el Reglamento de Máquinas Recreativas y de Juego de la Comunidad de Madrid y la propuesta de revisión del modelo de hojas de reclamaciones utilizado por clínicas dentales y demás centros sanitarios en la Comunidad de Madrid.

➤ **Acción de cesación contra tres academias**

El 2 de abril de 2019 se celebró la vista del Juicio Verbal (250.2) 625/2017 del Juzgado de lo Mercantil nº 6 de Madrid, correspondiente a la acción de cesación ejercida por el Ayuntamiento de Madrid contra tres centros privados de enseñanzas no regladas respecto de los que el IMC disponía de indicios de que habían incurrido

en hasta treinta actos de engaño y prácticas agresivas que se relacionaban en la demanda presentada y que habían sufrido más de un centenar de personas, quienes en su mayoría se encontraban en proceso de búsqueda de empleo cuando fueron contactados por las academias para ofrecerles supuestos trabajos que únicamente encubrían la venta de un curso de formación.

Comparecieron en la vista las cinco consumidoras propuestas como prueba testifical por el Ayuntamiento de Madrid, perjudicadas que habían obtenido ya resolución judicial favorable a sus pretensiones frente a la academia con la que contrataron, en la respectiva acción judicial individual que ejercieron, en el orden civil o en el penal.

El magistrado dictó el 23 de abril siguiente Sentencia 155/2019 que estimó íntegramente la demanda y condenó a las tres academias a cesar en su comportamiento desleal hacia los consumidores en su actividad comercial y publicitaria, además de imponerles las costas del proceso. La sentencia no ha ganado firmeza aún pues una de las condenadas ha interpuesto contra ella recurso de apelación ante la Audiencia Provincial de Madrid.

Esta victoria 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. Dicha sentencia devino firme.

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 sobre protección de la salud, la seguridad y los legítimos intereses económicos y sociales de los consumidores, según lo establecido en la normativa vigente, por parte de los establecimientos comerciales y empresas proveedoras de bienes y servicios.

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

La inspección de consumo en cifras en 2019

- ✓ Nº campañas de inspección 16
- ✓ Nº inspecciones en campaña 9840
- ✓ Nº de actuaciones fuera de campaña 482
- ✓ Total inspecciones 10 322
- ✓ Nº productos controlados 5279
- ✓ Nº de actas levantadas en total 3002

DATOS POR CAMPAÑA DE INSPECCIÓN. AÑO 2019			
Campañas	Inspecciones realizadas	Productos controlados	Nº de Actas
REALIZADAS POR SERVICIO DE INSPECCIÓN DE CONSUMO + DISTRITOS MUNICIPALES			
Toma de muestras	29	29	29
Seguridad de los productos (Red de Alerta)	1702	0	463
Campaña de Navidad	429	1749	89
Control general de establecimientos	3245	2721	1288
Promoción de ventas	1651	0	N/A
SUBTOTAL	7056	4499	1869
REALIZADAS POR SERVICIO DE INSPECCIÓN DE CONSUMO (IMC)			
Campañas:			
Venta por Internet	41	0	21
Parafarmacias	141	0	50
Bazares (Productos eléctricos)	115	215	34
Perfumerías	184	0	61
Inmobiliarias (Promotoras)	29	0	26
Establecimientos economía social (Informativa)	44	44	
SUBTOTAL	554	259	192
REALIZADAS POR DISTRITOS MUNICIPALES			
Campañas:			
Control general de venta ambulante y mercadillos	684	521	209
Gimnasios	252	0	115

DATOS POR CAMPAÑA DE INSPECCIÓN. AÑO 2019			
Campañas	Inspecciones realizadas	Productos controlados	Nº de Actas
Clínicas Dentales	493	0	219
Gasolineras	163	0	76
Talleres de automóviles	638	0	297
SUBTOTAL	2230	521	916
TOTAL CAMPAÑAS	9840	5279	2977
OTRAS ACTUACIONES			
Actuaciones por denuncias y reclamaciones	462	0	6
Actuaciones de oficio y no programadas	20	0	19
TOTAL OTRAS ACTUACIONES	482	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 registrado en 2019 la entrada de un total de 501 expedientes remitidos por el Servicio de Información al Consumidor, las Unidades de Consumo de los distritos y la Administración del Estado o la Comunidad de Madrid (Dirección General de Comercio y Consumo), al apreciar en ellas alguna irregularidad que requiere la realización de actuaciones inspectoras en aplicación de las normativas de consumo, comercio o espectáculos públicos y actividades recreativas.

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

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

- Denuncia motivada a la Agencia Española de Protección de Datos contra las empresas titulares de 20 páginas web que no incluyen política de privacidad a pesar de que recogen datos personales y de otras 11 en las que se constatan deficiencias informativas sobre privacidad. En 2019 se han remitido a la Subdirección General de Inspección de la citada Agencia otras dos denuncias contra empresas frente a las que habían reclamado consumidores, puesto que con independencia de que éstos hubiesen reclamado por otro motivo se constataron determinadas irregularidades en el acceso o en el tratamiento de datos de los reclamantes.
- Traslado a la Fiscalía Provincial de Madrid de las reclamaciones presentadas por personas consumidoras contra 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.
- Denuncia a la Subdirección General de Servicios de la Sociedad de la Información como consecuencia del incumplimiento por las empresas titulares de un total de 31 páginas web de las obligaciones informativas les incumben en su condición prestadores de servicios de la sociedad de la información y de comercio electrónico.
- Traslados a la Dirección General de Turismo de la Comunidad de Madrid por corresponder a otras tantas controversias referidas a servicios o establecimientos turísticos.
- Traslados a la Dirección General de Consumo (adscrita al entonces Ministerio de Sanidad, Consumo y Bienestar Social), con propuesta de inspección en relación con 6 empresas no domiciliadas en España a las cuales el Ayuntamiento de Madrid no había podido inspeccionar a pesar de las irregularidades apreciadas en la actuación empresarial.

En 2019 ha habido oportunidad de constatar una mejoría en la protección de los asistentes al principal festival de música de los que se vienen celebrando cada año en Madrid, ya que mientras que la Oficina de Investigación realizó actuaciones inspectoras en relación con las reclamaciones y denuncias presentadas por 89 consumidores que asistieron a su edición 2018, únicamente se ha registrado una reclamación respecto a la celebrada en 2019. La sustancial reducción experimentada en el número de reclamaciones permite considerar que han sido muy positivas las

medidas de mejora acometidas por la organizadora del evento, pero tampoco cabe descartar el impacto que ha tenido la inspección realizada ante la empresa y la ulterior exigencia de responsabilidad administrativa en los casos en que se han comprobado incumplimientos de la normativa de protección de consumidores.

La actuación inspectora realizada durante 2019 por la Oficina Municipal de Investigación de Consumo ha permitido identificar responsabilidad administrativa por presuntos incumplimientos de la normativa de protección de consumidores, principalmente en los siguientes sectores: espectáculos públicos, telecomunicaciones, servicios energéticos y de gas y servicios inmobiliarios.

Resulta significativo que, si bien la inspección ha tratado de aclarar si las empresas inspeccionadas habían realizado determinadas prácticas desleales hacia los consumidores, la responsabilidad finalmente acreditada en ciertos casos no deriva de la efectiva comisión de aquellas sino del hecho de no haber dado respuesta al requerimiento recibido o de que, en su contestación, no aportan la información o documentación requerida en cada caso.

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

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

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

En la siguiente tabla se resumen las actuaciones realizadas en este ámbito durante el año 2019:

Actuaciones Red de Alerta. Año 2019	
Actuaciones totales	1702
Actas levantadas	463
Número de artículos retirados	2823
Número de alertas controladas	288
Número de alertas localizadas	153

4.3 Actuaciones sancionadoras y medidas preventivas

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

A este respecto, el número de expedientes sancionadores incoados por el IMC, en el año 2019, ha sido de 285 y la cuantía de las multas impuestas ascendió a 1 485 785 euros.

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

Con este fin, el IMC ha mantenido reuniones técnicas, en materia de inspección y control del mercado con asociaciones, entidades y organismos públicos, entre otros: Basic Fit, ASETRA, Dealz, Mad Cool Festival S.L., Aseproce, OCU, Sephora, Holiday Gym, Dirección General de Turismo, Policía Municipal de Medio Ambiente, Dirección del Área de Control y Ordenación del Juego.

➤ **Convenio de colaboración sobre control de la publicidad**

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

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

Dado el interés de mantener esta colaboración por ambas partes, el 2 de septiembre de 2019 se formalizó la adenda de prórroga de este convenio.

En el año 2019, AUTOCONTROL ha informado a nuestros servicios sobre diversa publicidad que no es correcta y ha sido emitida por empresas reclamadas, que han rechazado su participación en el procedimiento y su sometimiento al Jurado de Autocontrol. Estudiada la publicidad, se ha actuado cuando ha sido procedente, inspeccionado y sancionando en su caso y también inhibiendo a otros organismos cuando por razón del territorio o de la materia eran ellos los competentes o bien archivando el asunto en caso de no existir infracción en materia de consumo.

Línea de acción V

Divulgación y comunicación sobre consumo

La labor informativa individualizada a través de la atención presencial, se complementa con la realización de campañas de información y comunicación, con la elaboración y revisión de materiales divulgativos de interés general, manteniendo también actualizados los amplios espacios informativos existentes en la página web www.madrid.es/consumo, destinados a difundir los derechos que la normativa general o sectorial reconoce a las personas consumidoras en la adquisición de bienes o la contratación de servicios, así como a proporcionar información al empresariado madrileño, por ejemplo, sobre las campañas de inspección o los códigos de buenas prácticas sectoriales, para mejorar el cumplimiento de la normativa de consumo.

Se han realizado diversas campañas de comunicación y sensibilización para dar a conocer los servicios que presta el Ayuntamiento de Madrid y para la promoción de un modelo de consumo sostenible, conforme a la planificación existente en este ámbito. También se ha dado continuidad a las acciones de fomento del Comercio Justo, cuestión necesaria al contar Madrid con la acreditación de “Ciudad por el Comercio Justo”.

5.1 Campañas de información directa

El IMC promueve campañas de comunicación directa en los lugares en los que con carácter habitual realizamos nuestras compras, acercando así a la ciudadanía la información sobre consumo para promover un mejor conocimiento de sus derechos, contribuyendo de este modo al ejercicio de un consumo informado y responsable.

➤ **Información en ejes comerciales**

De acuerdo con lo previsto en los convenios de colaboración suscritos por parte del Ayuntamiento de Madrid con asociaciones de consumidores integrantes del Consejo Municipal de Consumo, se han instalado puntos informativos en determinados ejes comerciales de la ciudad de Madrid, en los que se atienden consultas de las personas que lo solicitan y se reparten folletos y guías editados por el IMC sobre diversas temáticas de interés en materia de consumo.

En 2019, se instalaron 7 puntos informativos, situados en ejes comerciales de los distritos de Centro, Salamanca y Tetuán, junto a otros puntos situados en mercados municipales de los barrios de San Diego (Puente de Vallecas), La Concepción (Ciudad Lineal) y Puerta del Ángel (Latina).

En total, este programa comporta 4 días por asociación, uno coincidiendo con el Día Mundial de los Derechos del Consumidor, 15 de marzo, y los otros tres, en los meses de junio y julio, durante el periodo más frecuente de rebajas, 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**

Dentro de este marco de colaboración con las asociaciones de consumidores, en 2019 se instalaron puntos informativos en 14 mercadillos municipales, repartidos por 12 distritos, con el objetivo de ofrecer información básica sobre consumo a los asistentes. Los mercadillos se seleccionaron en coordinación con la Dirección General de Comercio y Hostelería.

RELACIÓN DE MERCADILLOS EN LOS QUE SE DESARROLLÓ EL PROGRAMA EN 2019

Distrito	Mercadillo
Centro	Parque de la Cornisa
Fuencarral-El Pardo	Santa Ana
Puente de Vallecas	Fontarrón
	Aragoneses
Ciudad Lineal	Santa Genoveva
	Gandhi
Latina	Rafael Finat
Hortaleza	Alcorisa-C/ San Silvano
Carabanchel	Vía Lusitana
Villa de Vallecas	Sierra Gorda
Vicálvaro	San Cipriano
San Blas-Canillejas	Arcos del Jalón
Tetuán	Marqués de Viana
Villaverde	Ciudad de los Ángeles

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 los consumidores a través de este programa fue de 40 horas por asociación, lo que supone un total de 280 horas en el conjunto del programa.

5.2 Elaboración de material divulgativo

➤ Guías y folletos

Esta actividad tiene como fin proporcionar información general o sectorial sobre consumo. Los materiales que se elaboran y se maquetan en formato digital, en ocasiones, se editan también en formato impreso, para su distribución en las oficinas de la OMIC. Sirven también de soporte a las campañas de información directa realizadas y a los proyectos en los que participa el IMC, además de proporcionar información general sobre nuestros servicios.

Entre los materiales divulgativos de nueva elaboración cabe citar la guía informativa “Obligaciones Básicas en materia de consumo dirigida a comerciantes y prestadores de Servicios”. Se trata de una extensa guía que proporciona información sobre la normativa básica que regula las actuaciones del sector empresarial frente a las personas consumidoras. El objetivo es divulgar y difundir las obligaciones en las que por ley se encuentran sometidos en las actividades de venta de productos y prestación de servicios.



En esta misma línea y, con ocasión de la celebración el 15 de marzo del Día Mundial de los Derechos del Consumidor, se elaboró un tríptico sobre las obligaciones de los establecimientos comerciales, que fue acompañado de un cartel de apoyo para la campaña.

Como nuevo material se ha elaborado otra guía dedicada a los derechos de los viajeros que, bajo el título “Si viajas, conoce tus derechos”, recoge los que tienen los pasajeros de los distintos medios de transporte (tren, autocar, barco y avión), así como cuestiones específicas referidas a la contratación de viajes combinados y a los alojamientos turísticos.

En cuanto a las revisiones y reediciones, además de la tradicional "Guía de consumo en Navidad", se procedió a la actualización para esta campaña de Navidad dos folletos que versan sobre "la seguridad de los productos" y "los productos pirotécnicos", respectivamente.



Finalmente se ha procedido a la reedición del folleto "Como reclamar" en su versión en castellano, que proporciona información general sobre los servicios de consumo, en particular sobre la actuación de la OMIC municipal.

➤ **Carteles para mobiliario urbano y material de apoyo para campañas**

Se diseñó un cartel para la Celebración del Día del Consumidor, con el mensaje "Personas consumidoras somos todas. Defendamos nuestros derechos" (en formato digital).



Con motivo de la celebración del mes Fairtrade se elaboró una nueva creatividad para difusión del Comercio Justo, con el diseño de un cartel para elementos de mobiliario urbano, con el lema "Tu cesta con lo justo", con la previsión de ser utilizado en posteriores acciones de sensibilización sobre comercio justo.

Para promover los Espacios de Consumo Sostenible de Centro, Fuencarral-el Pardo y Moratalaz se crearon distintos elementos de cartelería, generales o específicos de cada espacio, así como otros materiales para difundir las agendas con la programación mensual de cada espacio, en versión para web o para otros soportes. Además de estos carteles, se diseñaron piezas para prensa, para redes sociales, enaras, así como contenidos gif para muppis digitales.



Como medida de fomento del Sistema Arbitral de Consumo se diseñaron un conjunto de materiales para dar a conocer esta vía extrajudicial de solución de conflictos y promover la adhesión de las empresas. Se diseñaron 5 modelos de carteles, además de un gif animado, que incluyen también el símbolo identificativo del arbitraje de consumo, con la previsión de poder ser utilizados en distintas oleadas de esta campaña promocional.

➤ Códigos de Buenas Prácticas y material de apoyo



A lo anterior hay que sumar la edición en formato impreso del Código de Buenas Prácticas en el sector del comercio de artículos de deporte, así como la maquetación del correspondiente al sector de los talleres de reparación de automóviles, los cuales han sido los dos CBP objeto de revisión y actualización normativa durante el año 2019.

En la siguiente tabla se resumen los materiales divulgativos realizados por el IMC en el ejercicio 2019.

RELACIÓN DE MATERIALES DIVULGATIVOS 2019

Material	Tipo	Soporte
Obligaciones generales que deben cumplir los establecimientos comerciales en materia de consumo	Tríptico	Digital / Impreso
Consejos para el consumo en Navidad (Actualización)	Guía	Digital
Seguridad en los productos	Tríptico	Digital
Seguridad en artículos pirotécnicos	Tríptico	Digital
Obligaciones básicas en materia de consumo dirigidas a comerciantes y prestadores de servicios.	Guía	Digital
Cómo reclamar en castellano (reedición)	Tríptico	Digital / Impreso
Guía del viajero. Si viajas conoce tus derechos	Guía	Digital
Código de buenas prácticas “ Sector comercio artículos de deporte”	Código	Digital / Impreso
Código de buenas prácticas “ Sector talleres de reparación de automóviles”	Código	Digital
Cartelería varias campañas (Arbitraje, Comercio justo, Día del Consumidor, Espacios de Consumo Sostenible)	Carteles y plantillas	Digital / Impreso
Muppis Digitales (Arbitraje , Espacios de Consumo Sostenible)	GIF animado	Digital

5.3 Actualización del contenido del espacio Web corporativo sobre consumo

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

En lo que se refiere a los contenidos del espacio dedicado a la información general y sectorial sobre consumo, durante 2019, el Servicio de Información al Consumidor ha procedido al mantenimiento y actualización de los espacios sectoriales existentes, así como a la incorporación de un nuevo sector de información monográfica dedicado al tema de los aparcamientos.

Al haberse ampliado con esta nuevas temática, la información en web cuenta actualmente con 17 espacios de información sectorial, que durante 2019 se han reordenado y sistematizado, con el fin de facilitar un acceso más sencillo e intuitivo para quien quiera acceder a dicha información en la web municipal. Los sectores temáticos en los que se han agrupado los citados 17 espacios de información son los siguientes:

- Hogar y suministros
- Compras
- Viajes y transportes
- Vivienda
- Banca y seguros
- Servicios
- Vehículos y estaciones de servicio

Dentro de cada uno de estos sectores se ha procedido también a la actualización de contenidos debidos a modificaciones legislativas, destacando en particular el caso del dedicado a la nueva normativa sobre viajes combinados y servicios de viaje vinculados.

Por otra parte, se han modificado los contenidos necesarios para mantener permanentemente actualizadas tarifas y precios de combustibles. Además se ha incluido toda la información relativa a la Carta de Servicios de la OMIC. Se han

mantenido actualizados también los especiales informativos dedicados a asesoramiento en la gestión de la economía doméstica, así como el contenido dedicado al Consejo Municipal de Consumo.

En total este proceso ha comportado 163 actualizaciones de la página web en lo que respecta a la OMIC, tal y como refleja el indicador de su carta de servicios en la evaluación correspondiente a 2019.

Se ha procedido también a una revisión permanente de los especiales informativos dedicados al consumo sostenible y a los espacios de consumo sostenible, incorporando en este último las agendas mensuales de actividad de cada espacio y diversos promocionales de sus distintas actividades.

Dentro del apartado “Publicaciones” se recogen tanto los nuevos materiales divulgativos desarrollados, como las versiones más actualizadas de los anteriores, siendo todos ellos descargables.

En lo que se refiere a los espacios dedicados a Arbitraje de Consumo y Códigos de Buenas Prácticas se ha continuado con la labor de mantenimiento y actualización de sus contenidos, habiéndose puesto en 2019 especial esfuerzo en realizar una revisión exhaustiva y actualizar los datos correspondientes a las empresas adheridas al Sistema Arbitral de Consumo (3388) y a los Códigos de Buenas Prácticas (1604).

En cuanto al Comercio Justo cabe destacar la publicación, en el apartado de “Eventos y actividades”, de dos noticias con motivo de la celebración del Día Mundial del Comercio Justo, una alusiva a la chocolatada celebrada en el marco de las fiestas de San Isidro y otra en relación al desarrollo de una actividad en el espacio Quinta de los Molinos, integrada dentro del programa de eventos organizados con ocasión de la Semana de las Familias, consistente en la oferta dentro del menú semanal (del 8 al 12 de mayo) de platos con ingredientes de Comercio Justo.

En la información destinada a empresarios, se han incorporado los protocolos de las todas las campañas de inspección programadas para el año 2019, así como los resultados de las evaluaciones de las del ejercicio anterior.

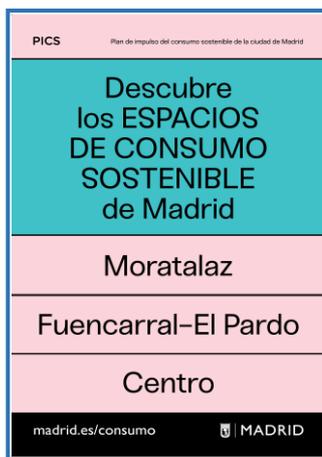
Finalmente, teniendo en cuenta que el IMC tiene seis actividades de tratamiento de datos de carácter personal, se han realizado las modificaciones necesarias para que la información relativa a dichas actividades se encuentre actualizada para su difusión general. La relativa a reclamaciones de consumo, se encuentra publicada tanto en idioma español, como en lengua inglesa.

5.4 Campañas de comunicación sobre consumo

Campaña de alimentación sostenible.

Esta campaña diseñada en diciembre de 2018, destinada a promover la alimentación sostenible y saludable, a través del consumo de alimentos frescos, de origen local y de temporada, se exhibió en marquesinas de autobuses y en muppis digitales en enero de 2019. Se distribuyó cartelería entre distintas unidades y servicios municipales y se realizaron 4 folletos, tanto en formato impreso como digital. Dichos folletos se incorporaron al especial informativo dedicado al consumo sostenible, dentro del ámbito de alimentación, así como al apartado de publicaciones.

Campaña de difusión de los espacios de consumo sostenible.



Con el fin de dar a conocer estos espacios, ubicados en los distritos de Centro, Fuencarral-El Pardo y Moratalaz y promover la participación, en enero 2019 tuvo lugar un acto oficial de presentación en el espacio del distrito Centro. Se diseñaron una serie de materiales gráficos para su utilización en los propios espacios y para la difusión de sus actividades en web y medios de comunicación. Del 10 al 23 de junio se desarrolló una campaña a través de la instalación de carteles en 275 muppis distribuidos en la ciudad.

Campaña de promoción del Sistema Arbitral de Consumo.



Con la finalidad de dar a conocer este sistema extrajudicial de resolución de conflictos, su símbolo identificativo y fomentar la adhesión empresarial se contrató la creatividad de una nueva campaña, que consta de cinco carteles, piezas para redes y gif para muppis digitales. Para su difusión, del 24 al 30 de junio se llevó a cabo una campaña de comunicación que se instaló en 110 marquesinas.

Fomento de la pesca sostenible certificada.

Fruto del convenio de colaboración existente con la organización internacional Marine Stewardship Council, firmado el 11 de abril de 2019, se exhibió un cartel en 100 marquesinas de autobuses durante la semana del 9 al 15 de septiembre con la campaña “Mares para siempre”.

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. En 2019, como en el ejercicio anterior, se desarrolló en el marco de las fiestas de San Isidro y fue apoyada por una campaña de comunicación en diferentes medios, entre los que cabe citar la publicación de un promocional y noticias relacionadas con el evento en la página web municipal.

Openday de Comercio Justo.

Con ocasión de la celebración en octubre del mes Fairtrade se hizo la creatividad de un cartel para muppi con el lema “Tu cesta con lo justo”, que será la imagen a utilizar en las sucesivas oleadas de la campaña de sensibilización sobre Comercio Justo.

Campañas de Navidad y Black Friday.

La evolución desarrollada en los últimos años en cuanto a las tendencias de compra ha resultado en que, en el entorno del denominado Black Friday, se concentre un alto volumen de consumo. En 2019, el IMC elaboró unas recomendaciones básicas para un consumo responsable e informado en estas fechas, que se presentó el 22 de noviembre en un acto presidido por el Delegado del Área de Gobierno de Economía, Innovación y Empleo, además de incluir un promocional en la página web y la nota de prensa “El Ayuntamiento presenta una guía de recomendaciones para los consumidores en el Black Friday”.



En cuanto a la campaña de Navidad, además de la actualización de la guía para el consumo responsable en Navidad, se realizó una campaña de inspección centrada en la seguridad de determinados productos como los juguetes o los adornos navideños. Esta cuestión fue también objeto de un acto de presentación celebrado el 3 de diciembre, que fue acompañado de un promocional en la página web y la nota de prensa “El Ayuntamiento presenta una guía de recomendaciones a los consumidores en la campaña de Navidad”.

Línea de acción VI

Participación, colaboración y coordinación en consumo

Dentro de esta línea se reflejan las principales acciones desarrolladas en el ejercicio de la competencia de coordinación y cooperación en materia de consumo con otros organismos públicos y entidades dirigidas a la defensa y protección de las personas consumidoras y, en particular, las relativas a la coordinación técnica de los servicios de consumo de los distritos así como a la colaboración con otros servicios municipales.

Se integra también en este capítulo la participación sectorial, a través del Consejo Municipal de Consumo, así como los programas de colaboración desarrollados con entidades como las asociaciones de consumidores, en el ejercicio de la competencia que tiene asignada el IMC de fomento del asociacionismo en materia de consumo.

6.1 Coordinación y colaboración interadministrativa

➤ **Colaboración y coordinación con los Distritos**

El Acuerdo de 27 de junio de 2019 de la Junta de Gobierno de la ciudad de Madrid, de organización y competencias del Área de Economía, Innovación y Empleo, en la que quedó integrado el IMC tras la nueva organización municipal derivada del cambio de legislatura, atribuye a esta dirección general las competencias de fijar directrices y establecer criterios técnicos de actuación, a fin de que la acción inspectora y la atención al ciudadano en la OMIC sea homogénea en todo el municipio, así como la competencia de impulsar la coordinación e interlocución con los distritos en materia de consumo manteniendo entre ambos órganos canales de comunicación. En el ejercicio de ambas competencias, durante el año 2019, se han realizado las siguientes actuaciones:

Actividad inspectora y de control del mercado.

Se han mantenido 3 reuniones con los representantes de las Unidades de Consumo y de la división de OMIC de los 21 distritos, incluyendo en el orden del día aquellas actuaciones y materias que requerían una puesta en común en lo que respecta a la actividad inspectora o a la desplegada por la OMIC.

Revisión de Instrucción de Coordinación del funcionamiento de la OMIC.

Debido a los cambios en los hábitos de consumo de la ciudadanía, que ponen de manifiesto el progresivo incremento de la contratación electrónica, se hizo necesaria la modificación de la Instrucción hasta entonces vigente para mejorar su eficacia y aclarar cuestiones competenciales entre las 22 oficinas de la OMIC en la ciudad de Madrid.

Para ello se estableció un grupo de trabajo entre representantes de las oficinas de OMIC de los distritos y técnicos del IMC. El resultado de esta revisión ha sido el ajuste de la distribución de expedientes a gestionar por la OMIC Central y las oficinas de distrito, además de efectuarse algunas puntualizaciones concretas para optimizar su gestión y distribución. La nueva instrucción fue aprobada por Decreto de 23 de mayo de 2019 del Delegado del Área de Gobierno de Salud, Seguridad y Emergencias (Boletín del Ayuntamiento de Madrid de 27 de mayo de 2019).

Mantenimiento del espacio Ayre/Distritos/Consumo.

Durante 2019 se ha continuado con las labores de mantenimiento del espacio dedicado a consumo en la intranet, Ayre, como canal permanente de comunicación con los distritos, compartiendo a través de él los documentos de trabajo necesarios para unificar los criterios de actuación, incorporando nuevos contenidos y eliminando los no vigentes.

Dentro de este espacio se publican, entre otros, documentos, informes técnicos, planes y programas, memorias de actividad, así como instrucciones, procedimientos y resultados de evaluación de los sistemas de calidad implantados en los servicios de consumo. Dentro del espacio se ha elaborado 1 informe respuesta a las consultas formuladas por los distritos sobre criterios de actuación.

Gestión de las campañas de inspección de consumo a realizar por los distritos en 2019, a través del foro Ayre/Distritos/Consumo.

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

En 2019 se ha realizado la programación de 9 campañas de inspección, determinando las directrices para su ejecución a través del foro. Las campañas incluidas han sido:

- Inspección y control de Gimnasios continuación
- Inspección y control de Talleres de coches
- Inspección y control de Clínicas Dentales
- Inspección y control de Gasolineras
- Inspección y control de Venta Ambulante.
- Inspección y control General de Establecimientos
- Inspección y control de Promoción de Ventas
- Campaña de Navidad.

Dentro de la campaña de inspección y control de gimnasios, se desarrollado una labor conjunta entre técnicos de los distritos y el Servicio de Inspección del IMC, para identificar las cláusulas abusivas que puedan incluir los documentos de las condiciones generales utilizadas por las empresas en su contratación con personas usuarias, con la finalidad de poder reaccionar jurídicamente frente a ellas con un criterio único dentro del Ayuntamiento de Madrid, emitiendo el informe de requerimiento de subsanación correspondiente a 4 cadenas de gimnasios de Madrid y 3 informes de documentos de condiciones generales de la contratación, ya validados con las empresas para su implantación.

[Campaña de Seguridad de los Productos.](#)

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

Por primera vez en el año 2019 han participado 4 distritos en la campaña de Seguridad de los Productos, en concreto los distritos de Centro, Chamartín, Chamberí y Usera. A tal fin se han mantenido dos reuniones con los inspectores de consumo de los distritos que iban a participar en el desarrollo de la campaña en 2019, con objeto de explicar en detalle la sistemática a aplicar y los protocolos de actuación.

También se revisó y actualizó el “Procedimiento Específico de Actuación en Alertas no Alimentarias”, fruto de un trabajo conjunto entre el Servicio de Inspección y los distritos integrantes de la campaña.

Distribución de documentación técnica para apoyo a los distritos.

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

Con este fin se remiten a los distritos las sentencias dictadas por los tribunales en materia de consumo, en relación con los expedientes sancionadores iniciados por el IMC y la Dirección General de Comercio y Consumo de la Comunidad de Madrid. En el ejercicio 2019 se remitieron 21 sentencias.

Asimismo se envían todos los boletines mensuales de la Comunidad de Madrid y restantes comunicaciones recibidas a través de la Unidad de Apoyo a las Entidades locales, así como la revista mensual de Autocontrol referida a la publicidad.

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

➤ **Integración con otros planes y grupos de trabajo municipales**

Durante el ejercicio 2019, 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

- Mesa del Pacto de Milán
- Foro de Empresas por Madrid

- Consejo de Comercio de la Ciudad de Madrid
- Consejo Consultivo de la Economía Social
- Comisión de Patrocinios
- Grupo Ciudades amigables con las personas mayores
- Proyecto Climate Kic.

Ciudades amigables con las personas mayores

La Red Mundial de Ciudades Amigables con las personas mayores es un proyecto promovido por la Organización Mundial de la Salud que surge en respuesta a dos realidades constatadas: el progresivo envejecimiento de la población mundial y la tendencia a vivir en las ciudades. El Ayuntamiento de Madrid se integró en este proyecto y puso en marcha un plan estratégico de acción, en cuyo desarrollo ha venido colaborando el IMC, a través de un grupo de trabajo constituido al efecto.

A este plan estratégico (2017-2019), el IMC contribuye con actividades de información y divulgación sobre consumo, destinadas al colectivo de las personas mayores, que están integradas dentro de su eje “Entorno social”, Área “Comunicación e Información”:

- La primera se refiere a la instalación en centros de mayores, de puntos informativos sobre consumo. Fueron 21 los puntos instalados en los que se ha distribuido material divulgativo dirigido a este público objetivo y se han atendido las consultas formuladas en materia de consumo. Los usuarios atendidos en estos puntos fueron 6210, superando el objetivo fijado, anualmente, en 2500.
- Actualización y distribución de la guía “Las personas mayores y el consumo”. Su difusión se ha hecho en formato electrónico a través de la Web madrid.es y en formato impreso en puntos de información y en otros espacios. Se ha cumplido el indicador previsto (10 000 ejemplares), al haberse distribuido un total de 10 680, en 69 puntos de distribución.

Estrategia alimentaria

Esta estrategia, fruto del trabajo de la Mesa del Pacto de Milán incluye entre sus acciones algunas cuyo desarrollo corresponde al IMC. En concreto, durante el año 2019 se realizaron campañas de sensibilización en materia de consumo sostenible de productos ecológicos y de proximidad así como de fomento del Comercio Justo; se incorporó en la web corporativa dentro del especial informativo de consumo sostenible, un capítulo dedicado al ámbito de la alimentación y se desarrollaron numerosas acciones referidas a alimentación sostenible dentro de los programas mensuales de actividad de los espacios de consumo sostenible. La acción formativa en esta materia también estuvo presente a través de la impartición de talleres escolares talleres con la temática de alimentación sostenible y reducción del desperdicio alimentario.

Plan de derechos humanos

Al igual que en el caso de las anteriores estrategias, el IMC participaba en la estrategia “Madrid Ciudad de Derechos”, contribuyendo a la consecución de las metas en él fijadas, en concreto en las 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, colaboró en 2019 en el establecimiento de indicadores de las medidas en las cuales estaba como agente implicado.

Estrategia de economía social

Al igual que en los planes anteriores, esta estrategia incluía algunas medidas cuyo desarrollo entraba dentro del marco competencial del IMC (acciones 5, 7, 12 y 19) que se refieren a formación, sensibilización y promoción del consumo responsable en los ámbitos de alimentación, finanzas, energía, etc.

➤ **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 2019 se tramitó la adenda de prórroga del convenio suscrito en materia de consumo entre la Comunidad de Madrid y el Ayuntamiento de Madrid. A través de este instrumento se mantienen los cauces de colaboración y coordinación entre ambas administraciones, para lograr así una protección más eficaz de las personas consumidoras y una distribución más eficiente de los recursos destinados a este objetivo.

El Convenio abarca todos los aspectos de la actividad de los servicios de consumo, de cuyo contenido cabe destacar los siguientes aspectos:

- Los servicios de consumo de ambas administraciones realizan de manera coordinada actividades de información y formación dirigidas a consumidores, 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 establecen criterios comunes en las actuaciones inspectoras en la ciudad de Madrid y se colabora mutuamente en la resolución de dudas y consultas, remitiéndose las sentencias correspondientes a cada organismo para su mutuo conocimiento.
- Igualmente se colabora en materia de formación del personal, ya que los técnicos municipales pueden asistir como alumnos a los cursos ofertados por la Dirección General de Comercio y Consumo de la Comunidad de Madrid, de carácter presencial o virtual.

Participación en los órganos de consumo autonómicos

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

A lo largo del año 2019, el IMC ha asistido a 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.

6.2 Participación ciudadana en consumo

➤ **El Consejo Municipal de Consumo**

El Consejo Municipal de Consumo es el consejo sectorial que canaliza la participación sectorial en esta materia, 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 mantuvo la última reunión de la pasada legislatura el 29 de abril de 2019, al estar previsto en su Reglamento de funcionamiento, que el mandato de sus miembros debe coincidir con el de la corporación municipal respectiva, salvo remoción o, en su caso, renuncia.

En los puntos del orden del día de esta sesión plenaria se hace balance de lo actuado en 2018, tras la reciente publicación de la memoria de actividad de dicho ejercicio, dando cuenta también la dirección general del IMC, en síntesis, de las acciones realizadas y previstas para el año en curso, interesándose las asociaciones de consumidores, en particular, por el mantenimiento de los convenios de colaboración existentes.

Por su parte los representantes empresariales ponen especial énfasis en la importancia de la línea que ha venido manteniendo el IMC a lo largo de toda la legislatura, de refuerzo de la transparencia y diálogo con los sectores empresariales, mediante la publicación de las campañas de inspección programadas y sus protocolos y evaluaciones. Con esta iniciativa se establece una verdadera colaboración entre la administración y el comerciante, estando este en una posición

en la que, al contar con una información detallada de los requisitos a cumplir, se pueden evitar sanciones y, especialmente, avanzar hacia un mercado de calidad, implicado en el cumplimiento de la normativa vigente en materia de consumo.

➤ **Colaboración con las organizaciones de consumidores**

Durante el año 2019 se han mantenido las dos líneas de colaboración existentes con asociaciones de consumidores integradas en el Consejo Municipal de Consumo, a través de prórroga dos tipos de convenios bilaterales para la realización de programas de orientación jurídica e información a las personas consumidoras y para asesoramiento en la gestión de la economía doméstica.

Convenios de orientación jurídica e información a los consumidores

Estos convenios recogen la ejecución de tres programas: orientación jurídica a los consumidores, información en ejes comerciales e información en mercadillos municipales.

El programa de orientación jurídica a los consumidores tiene por objetivo promover la asistencia y protección de estos facilitando, a los que así lo soliciten, orientación jurídica gratuita y personalizada sobre la normativa vigente en materia de consumo para el ejercicio de sus derechos. En la ejecución de este programa, técnicos jurídicos designados por las asociaciones e identificados como representantes de las mismas, ofrecen en las dependencias de la OMIC Central respuesta a las consultas planteadas en materia de consumo, tras concertar la correspondiente cita previa.

Esta experiencia, que viene desarrollándose desde hace varios años, ha sido valorada muy positivamente por los ciudadanos. Se han ofertado un total de 1470 horas de orientación jurídica este año, desarrolladas por 7 asociaciones de consumidores que forman parte del Consejo Municipal de Consumo (210 horas por asociación).

Los otros dos programas que incluyen estos convenios de información en ejes comerciales y de información en mercadillos ambulantes tienen como objetivo acercar la información directa a las personas consumidoras a los lugares donde realizan sus compras (véase la línea de acción V). Con estos programas se han ofertado un total de 480 horas de información este año, desarrolladas por 7 organizaciones de consumidores del Consejo Municipal de Consumo (60 horas por asociación).

Convenios 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 objetivo desarrollar un programa de asesoramiento económico a los consumidores, basado en los principios de gratuidad, confidencialidad e independencia, con carácter personalizado y tratando de adaptarse a las circunstancias específicas del consumidor que solicite dicha atención.

Este programa se basa, en primer lugar en facilitar información útil y concisa, basada en datos reales de sus ingresos, gastos y circunstancias personales, con objeto de ayudar a la gestión de su presupuesto familiar, fomentando el ahorro y el consumo responsable de productos y servicios.

Se resuelven presencialmente las consultas formuladas por los ciudadanos en materia económica, pretendiendo reforzar el conocimiento en temas como los servicios bancarios, los préstamos hipotecarios o personales, los seguros o la planificación económica para la jubilación, o los problemas del sobreendeudamiento.

En el marco de estos convenios se han ofertado un total de 700 horas de asistencia directa a los ciudadanos en OMIC Central.

Convenios para el mantenimiento del sistema arbitral de consumo

En 2019 se han suscrito adendas de prórroga de los convenios de colaboración para garantizar el funcionamiento del sistema arbitral de consumo en el ámbito del Ayuntamiento de Madrid con 17 Asociaciones de consumidores y 16 Organizaciones empresariales.

Durante este ejercicio han formado parte de los colegios arbitrales de la Junta Arbitral de Consumo del Ayuntamiento de Madrid, 17 Asociaciones de consumidores y 14 Organizaciones empresariales, conforme a los convenios vigentes a tal efecto.

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

En mayo de 2019 fue suscrito un Convenio de colaboración entre el Ayuntamiento de Madrid y las siguientes organizaciones de Comercio Justo de Madrid (siete): Asociación PROYDE, Asociación SETEM-MCM, la cooperativa IDEAS-Iniciativas de Economía Alternativa y Solidaria S. Coop. And, Fundación Comercio para el Desarrollo (COPADE), la fundación OXFAM-INTERMÓN, la fundación Taller de Solidaridad, la asociación del sello de productos de comercio justo (Fairtrade Ibérica).

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

Línea de acción VII

Fomento del 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 de ciudades por el Comercio Justo, así como las actuaciones desarrolladas para el impulso del consumo sostenible, en el marco del entonces vigente Plan de Impulso del Consumo Sostenible de la Ciudad de Madrid (2016-2019), o bien a través de la puesta en marcha de otras actuaciones fuera de ese marco, también enfocadas a la promoción de un modelo de consumo responsable.

7.1 Madrid, Ciudad por el Comercio Justo

En ejecución del Programa bienal de trabajo (2018-2019), durante el último ejercicio se han realizado el conjunto de actividades que se describen a continuación. Puede consultarse la web www.madrid.es/comerciojusto, para más información.

➤ **El Foro Municipal de Comercio Justo**

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

El FMCJ se reunió el 5 de marzo de 2019, con el objetivo de dar cuenta de la última renovación de sus miembros (Decreto del Delegado del Área de Salud, Seguridad y Emergencias de 6 de agosto de 2018, por el que se nombran vocales titulares y suplente de la Secretaría del mismo), hacer un resumen de las actividades realizadas y destacar las previstas para 2019, así como para presentar la propuesta de creación de dos grupos de trabajo: “Promoción y desarrollo de eventos de Comercio justo” y “Promoción del Comercio Justo en el sector empresarial”.

➤ **Actuaciones programadas sobre Comercio Justo en 2019**

Cabe destacar el desarrollo de las siguientes actividades:

- La celebración del Día Mundial del Comercio Justo (DMCJ) 2019, que tuvo lugar el sábado 11 de mayo en la Puerta del Sol, en el marco de las fiestas de San Isidro. El IMC, organizó en colaboración con el Grupo de Madrid por el Comercio Justo (integrado por Copade, Fairtrade Ibérica, Ideas, Oxfam Intermón, Proyde, Setem y Taller de Solidaridad) una chocolatada con ingredientes de Comercio Justo, amenizada con la música y letra original “El chotis más justo del mundo” para llamar la atención y dar a conocer el Comercio Justo como alternativa de consumo sostenible. Esta actividad principal fue acompañada por otras complementarias consistentes en un taller de chapas dirigido a niñas y niños, un photocall, una mesa informativa, así como la exposición de una amplia gama de estos productos.
- Este año, para la conmemoración del DMCJ, se programó una segunda actividad, organizada por el IMC en colaboración con el Área de Gobierno de Equidad, Derechos Sociales y Empleo, integrada dentro de la Semana de las Familias. Consistió en la elaboración de un menú de en la escuela de hostelería de Espacio Abierto Quinta de los Molinos. Desde 8 al 12 de mayo, donde se pudo degustar un menú consistente en un cuscús de verduras y un postre de dulce de quínoa, ambos platos elaborados con ingredientes de Comercio Justo. Con carácter previo, se realizaron dos sesiones formativas (24 y 26 de abril) dirigidas a los trabajadores de la Quinta Cocina sobre los productos de Comercio Justo, para su formación y poder transmitir a la clientela los valores de este tipo de comercio.
- Incorporación del Comercio Justo en la Compra Pública municipal. Tras 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, tendencia que se ha mantenido durante 2019.

- 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 publicando distintos contenidos técnicos y promocionales, anunciando las distintas actividades.
- Dentro del Programa de formación en consumo dirigido a las personas consumidoras se realizaron en distintos centros escolares un total de 69 talleres con la temática específica de Comercio Justo.
- En las campañas informativas realizadas en colaboración con las asociaciones de consumidores (véase la línea de acción V), dentro del conjunto de materiales divulgativos distribuidos, se incluía un folleto divulgativo sobre Comercio Justo, del que se repartieron 350 ejemplares.
- Respecto a la acción formativa de los empleados municipales cabe destacar la realización del curso sobre “Consumo sostenible y Comercio Justo” en sus dos ediciones (junio y septiembre), del que ya se ha hecho referencia (véase la línea de acción II).

➤ **Otras actuaciones sobre Comercio Justo realizadas en 2019**

- En el Espacio de Consumo Sostenible del Distrito Centro se han desarrollado dos actividades en 2019: el 20 de noviembre, tuvo lugar una merienda - tertulia consistente en una reunión con dos mujeres productoras de Comercio Justo de Perú y vecinos del Distrito Centro. El 18 de septiembre, tuvo lugar una charla-tertulia sobre Finanzas Éticas y Comercio Justo consistente en una tertulia con vecinos del distrito alrededor de las finanzas éticas y el Comercio Justo.
- Con ocasión de la celebración del mes Fairtrade y del Openday de Comercio Justo, se llevó a cabo el diseño de un nuevo cartel para mobiliario urbano (véase la línea de acción V).
- Participación en la jornada de La Feria de Empleo y Alimentación organizada por la Agencia para el Empleo de Madrid, celebrada el 8 de octubre, en el Pabellón Satélite de la Casa de Campo. En ella se impartieron diferentes conferencias, talleres y charlas dirigidas a personas desempleadas o en búsqueda de mejoras en su empleo, una de las cuales versó sobre la promoción de los productos agroecológicos y de Comercio Justo.

Red europea de ciudades por el comercio justo



Madrid, tras la obtención del accésit en la primera edición del premio convocado por la DG Trade de la Unión Europea, para ciudades por su actuación en materia de Comercio Justo y ético forma parte de la red europea constituida por las ciudades finalistas en dicha convocatoria de premios y ha participado tanto

en sus reuniones virtuales de esta red, así como en el encuentro presencial que organizó el Centro de Comercio Internacional (ITC), en colaboración con el Ayuntamiento de Lyon, en septiembre de 2019.

Los objetivos de esta red, actualmente formada 7 ciudades (Gante, Dortmund, Saarbrücken, Lyon, Madrid, Malmö y Vitoria) se basan en la compartición de experiencias y de buenas prácticas, la realización de campañas comunes de promoción y el establecimiento de criterios para el desarrollo de la siguiente edición del premio que está previsto convocar en 2020.

7.2 Actuaciones en materia de consumo sostenible

➤ **Plan de Impulso del Consumo Sostenible de la ciudad de Madrid (2016-2019)**

El Plan de Gobierno de la legislatura 2015-2019 contemplaba, como una de las cinco actuaciones previstas en materia de consumo, el desarrollo de un plan estratégico de fomento del consumo sostenible, en sus tres vertientes: ambiental, social y económica. Fue diseñado de manera participativa, contando con la colaboración de las distintas áreas de gobierno, de agentes sociales, de especialistas técnicos y concebido estableciendo sinergias con otros planes y estrategias municipales en desarrollo, cuyos objetivos confluyeran en aspectos relacionados con el consumo sostenible.

Este plan, denominado Plan de Impulso del Consumo Sostenible de la Ciudad de Madrid, 2016-2019 (PICS) fue aprobado por la Junta de Gobierno de la ciudad de Madrid el 8 junio de 2017, con un horizonte temporal de cuatro años (2016-2019).

Su estructura se basaba en una matriz con 5 ámbitos de actuación (alimentación; energía, movilidad y residuos; finanzas y seguros éticos; otros bienes de consumo; y ocio, turismo y cultura) que se entrecruzaban con cinco líneas estratégicas que iban desde la sensibilización y comunicación, al apoyo de iniciativas ciudadanas vinculadas al consumo sostenible, así como al impulso de este modelo de consumo en la práctica municipal.

El PICS comprendía un conjunto de acciones a impulsar desde el IMC e incorporaba también numerosas acciones desarrolladas por otras áreas de la administración municipal, a propuesta de estas. Nueve de sus acciones tienen carácter transversal afectando a más de uno de los ámbitos del Plan. Durante el año 2019, el IMC trabajó en el desarrollo de 14 de estas acciones del plan. Entre ellas destacamos las siguientes:

Acciones transversales

- En cuanto a la acción de campañas de sensibilización y comunicación destacaron en 2019 dos campañas, comprendida una dentro del ámbito de la alimentación y la otra dedicada a la promoción de los espacios de consumo sostenible (véase la línea de actuación V).
- Se han mantenido actualizados en web dos especiales informativos referidos el primero a consumo sostenible, en el que se han incorporado contenidos y material divulgativo de los distintos ámbitos del PICS y el otro dedicado a los espacios de consumo sostenible, diferenciando las actividades de los espacios de cada uno de los distritos, e incluyendo la programación mensual y la promoción de distintas actividades y cómo inscribirse en las mismas.
- En cuanto a la formación del personal municipal se ha continuado con la oferta formativa del curso sobre “Consumo sostenible y Comercio Justo”. En 2019 se han realizado dos ediciones presenciales. Su programa incluye, además de una sesión sobre Comercio Justo, un marco teórico con definiciones, conceptos y enfoque sobre sostenibilidad, y temas específicos como la agroecología, el desafío energético y las finanzas con criterios éticos. El curso ha tenido una buena acogida por los trabajadores municipales a quienes se les ha impartido con una alta valoración de los ponentes.

- Se ha dado continuidad al desarrollo de las actividades de información y difusión; promoción y formación para el fomento del consumo sostenible en cada uno de los espacios de Centro, Fuencarral-El Pardo y Moratalaz, en ejecución del contrato de servicios en tres lotes adjudicado por procedimiento abierto, en el ejercicio anterior. El 18 de enero de 2019 tuvo lugar un acto de presentación pública del espacio de consumo sostenible del Distrito Centro, ubicado en el Mercado de San Fernando.

Se han ido conformando y difundiendo las agendas de actividades mensuales programadas en cada uno de los espacios, con la participación de los órganos de toma de decisiones creados y de técnicos del IMC. Se han mantenido permanentemente actualizados los contenidos correspondientes a cada uno de tres espacios (Centro, Fuencarral-El Pardo y Moratalaz), existentes en la web municipal, con el fin de difundir la agenda mensual de actividades de cada uno de ellos.

- La acción referida a incorporar contenidos sobre consumo sostenible y Comercio Justo en los programas de formación en materia de consumo se ha traducido en la ejecución en 2019 de 422 talleres escolares con la siguiente distribución temática:
 - Consumo sostenible de productos y servicios: 41
 - Consumo y alimentación sostenible: desperdicio alimentario: 123
 - Uso sostenible de la energía. Ahorro y eficiencia energética: 61
 - Minimización, separación y reciclaje de residuos: 128
 - Comercio Justo: 69.



Se ha elaborado y maquetado la guía informativa “Obligaciones básicas en materia de consumo dirigida a comerciantes y prestadores de servicios”. La acción en este ámbito ha ido acompañada de la realización por parte del Servicio de Inspección, de una campaña informativa, destinada a empresas de la economía social cuyo fin es servir de apoyo a estos establecimientos para facilitar el cumplimiento de la normativa en materia de consumo.

Acciones sectoriales

En cuanto a las acciones referidas a uno solo de los cinco ámbitos del PICS, cabe destacar la relativa al plan de trabajo del Foro Municipal de Comercio Justo, anteriormente descrito y también dentro del ámbito de la alimentación la relativa a la colaboración en la Estrategia alimentaria y la Mesa del Pacto de Milán (véase la línea de acción VI).

En el ámbito de la energía cabe destacar la mediación con las compañías suministradoras de electricidad y gas, realizada en la OMIC así como el asesoramiento personalizado a los ciudadanos y la permanente actualización normativa en el campo de los suministros, tanto en la web corporativa como en folletos, guías y otros materiales divulgativos, como las fichas sobre electricidad.

7.3 Otras actuaciones en materia de consumo sostenible

➤ Fomento de consumo de productos de la pesca sostenible certificada

Se firmó un nuevo convenio de colaboración, el 11 de abril de 2019, entre el Ayuntamiento de Madrid y la Organización Internacional, sin ánimo de lucro, Marine Stewardship Council para el fomento del consumo sostenible de pescado.

Este convenio tiene por objeto establecer la colaboración entre las entidades firmantes como una acción de fomento del consumo sostenible de pescado y de productos del mar y de divulgación de la ecoetiqueta MSC. Dicho fomento se realiza mediante actividades de información, entre las cuales se incluyen, específicamente, campañas de difusión en mobiliario urbano municipal para contribuir a la sensibilización sobre el consumo sostenible de pescado en la ciudad de Madrid.

En ejecución de esta colaboración, se ha realizado la campaña #MaresParaSiempre, una iniciativa de MSC que pretende concienciar sobre la necesidad de proteger la vida en los océanos a través de un consumo sostenible de pescado con el sello azul. Pone el foco especial en el consumidor final, último eslabón de la pesca sostenible.

La campaña enlaza con los Objetivos de Desarrollo Sostenible de Naciones Unidas 14 (Conservar y utilizar en forma sostenible los océanos, los mares y recursos marinos para el desarrollo sostenible, 2 (Hambre cero), 8 (Trabajo decente y crecimiento económico), 12 (Producción y consumo responsables) y 17 (Alianzas para lograr los objetivos)

➤ **Fomento del consumo de madera sostenible**

La utilización racional de los recursos naturales constituye una cuestión principal en las sociedades modernas. Dentro de estos recursos está la conservación de la selva tropical y de los bosques, en general, para combatir la degradación de los espacios naturales y los efectos del cambio climático.

Se firmó un nuevo convenio de colaboración, el 17 de mayo de 2019, entre el Ayuntamiento de Madrid y la Fundación Comercio para el desarrollo (COPADEV) para el fomento de la utilización de la madera tropical certificada, a través de la participación en la plataforma Madera Justa. Su objetivo es impulsar el uso de madera de origen sostenible y promover el mercado de productos forestales con el sello Madera Justa y el sello FSC en la ciudad de Madrid en el marco de la Plataforma Madera Justa. La colaboración prevista se sitúa en los siguientes aspectos:

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

➤ **Integración del IMC en el proyecto Climate Kic**

Nuevo proyecto, liderado por el Área de Medio Ambiente, con un enfoque sistémico para la lucha contra el cambio climático y la evolución hacia una economía descarbonizada. El IMC se ha integrado en el grupo de trabajo constituido con la participación de distintas áreas municipales, Matadero, la Universidad Politécnica, empresas y distintas entidades europeas que van a ayudar al desarrollo del proyecto.

El IMC tuvo a su cargo una de las cinco ponencias expuestas en la sesión de lanzamiento del proyecto, el 18 de octubre, correspondiéndole exponer la importancia que tiene el comportamiento colectivo en cuanto a los hábitos de consumo en el desarrollo social y en la preservación medioambiental, enfocada desde el punto de vista de la percepción que tienen las personas consumidoras.

➤ **Cumbre del Clima 2019 (COP 25)**

Con ocasión de la celebración de la Cumbre del Clima (COP 25) en Madrid, del 2 al 13 de diciembre, el IMC contribuyó a los eventos colaterales desarrollados en la ciudad, con la realización de acciones informativas y formativas que coadyuvan a la concienciación sobre el cambio climático y, por tanto, a la mitigación de sus efectos.

- Expo PYMES y ODS, llevada a cabo por COPADE, en el espacio de consumo sostenible de distrito Centro. Se exponen a través de paneles casos de buenas prácticas de pymes españolas en relación a 9 de los 17 ODS, entre ellos el ODS3 (Salud y bienestar), el ODS5 (Género), el ODS8 (Trabajo decente y crecimiento económico), el ODS12 (Producción y consumo responsables), el ODS13 (Acción por el Clima), el ODS15 (Vida de ecosistemas terrestres), etc.
- Realización de 19 talleres escolares en diferentes centros educativos de Madrid, dentro del Programa de Formación en consumo.

Línea de acción VIII

Transparencia y calidad en la actuación municipal

La transparencia constituye una línea de modernización de la Administración y, 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, tal y como indica la vigente Ordenanza de Transparencia de la ciudad de Madrid. Así los ciudadanos y ciudadanas pueden tener conocimientos de las decisiones públicas que les afectan, y los poderes públicos se someten al control de la ciudadanía a la que representan y deben dar servicio.

En cumplimiento de esta 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 sobre el ejercicio de su actividad, materiales divulgativos, así como cuestiones de relevancia jurídica.

Por otra parte, desde hace varios años, el IMC tiene implantada 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.

8.1 Publicidad activa

El IMC en aras de la transparencia en la gestión municipal pública, durante el ejercicio 2019 ha publicado 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

- El listado de empresas adheridas al Sistema Arbitral de Consumo y a los distintos Códigos de Buenas Prácticas sectoriales, habiéndose realizado en 2019 una exhaustiva actualización
- 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

8.2 Portal de datos abiertos

El Portal de Datos Abiertos del Ayuntamiento de Madrid hace posible compartir una parte importante de la información de la que dispone como administración pública, de modo que queden a disposición de todos muchos datos, de forma abierta, regular y reutilizable, impulsando de este modo la transparencia y la interacción y participación de la ciudadanía en el desarrollo local.

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

Otro de los contenidos del portal de datos abiertos es el denominado “Inspecciones de Consumo”. La información que se facilita en este conjunto de datos se acomoda a lo dispuesto en el artículo 17 de la Ordenanza de Transparencia de la ciudad de Madrid, y se refiere a las inspecciones de consumo realizadas por el Instituto

Municipal de Consumo y los distritos en los establecimientos ubicados en la ciudad de Madrid. Se indica la fecha en la que tuvo lugar la inspección, la ubicación del local (dirección completa), la actividad realizada y la materia objeto de inspección, advirtiéndose expresamente que el hecho de realizarse una inspección no implica la existencia de infracción.

Los datos que se ofrecen se actualizan trimestralmente, encontrándose ya publicados todos los correspondientes al ejercicio 2019, y están basados en la información recogida en la aplicación informática SIGSA sobre la que se gestiona la inspección de consumo.

8.3 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.

Tras la revisión en 2018 de los tres ficheros que el Instituto Municipal de Consumo tenía declarados ante la Agencia Española de Protección de Datos, 2019 ha sido el primer ejercicio completo durante el cual han sido efectivos los seis tratamientos de su responsabilidad que se encuentran publicados en el Registro de Actividades de tratamiento del Ayuntamiento de Madrid. Son las siguientes:

- Reclamaciones y denuncias de consumo, relativo 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, relativo al ejercicio de la potestad sancionadora que compete al Ayuntamiento de Madrid en relación con la venta y reventa callejera o ambulante de entradas, localidades o abonos.
- Interesados en expedientes arbitraje consumo, relativo al tratamiento integral de los datos de todas las personas interesadas en los expedientes de arbitraje de consumo.
- Adhesión de personas empresarias a códigos de buenas prácticas, relativo al ejercicio de la potestad de control de bienes y servicios que corresponde al

Ayuntamiento de Madrid para promover el desarrollo de CBP prácticas empresariales.

- Comunicación de datos personales en el ejercicio de funciones públicas, relativo al cumplimiento de funciones públicas que requieran la comunicación de datos personales a empresas adjudicatarias de servicios contratados por el IMC.
- Inspecciones de consumo no alimentario, relativo al acceso a datos de carácter personal en el ejercicio de funciones inspectoras.

Para cada uno de dichos tratamientos el IMC dado respuesta al cuestionario de cumplimiento y análisis preliminar de riesgos encargado por la Subdirección General de Protección de Datos del Ayuntamiento de Madrid.

En 2019, previa consulta formulada por este último órgano, el Servicio de Inspección de Consumo elaboró las instrucciones relativas al acceso a documentos que contengan datos personales que se requieran en el desarrollo de las actuaciones de control e inspección de bienes y servicios. Tales instrucciones incluyen la previsión de que la empresa inspeccionada está obligada a aportar la documentación que le requiera la inspección municipal de consumo, sin que la inclusión de datos de carácter personal en alguno de los documentos requeridos pueda constituir motivo válido para oponerse a su entrega ni para entregarlos con supresión de tales datos.

El interlocutor de protección de datos del MC tramitó la solicitud de supresión de determinado dato personal formulada por una consumidora que había presentado una reclamación de consumo. El expediente requirió la actuación del organismo autónomo Informática Ayuntamiento de Madrid y concluyó con la adopción por la Directora General del IMC de resolución por la que se accedía a la solicitud de la consumidora, realizándose el bloqueo del dato y conservándose éste exclusivamente a disposición de posibles responsabilidades derivadas del tratamiento.

El IMC ha formulado en 2019 consulta acerca de si es correcto en la elaboración de un nuevo código de buenas prácticas, o en su actualización, circunscribir las indicaciones sobre protección de datos a la mera mención de la normativa vigente en la materia, a la existencia de guías sectoriales como las citadas y a la aplicación informática “Facilita RGPD” que ofrece la Agencia Española de Protección de Datos. Ambas opciones han sido consideradas válidas por la Subdirección General de Protección de Datos del Ayuntamiento de Madrid.

8.4 Carta de Servicios de la OMIC



La OMIC cuenta, desde 2008, con Carta de Servicios, como expresión de su implicación en la mejora continua del servicio que se ofrece a la ciudadanía. Forma parte del primer grupo de cartas de servicios que se implantaron en el Ayuntamiento de Madrid. En concreto, la aprobación de la primera versión se realizó por acuerdo de la Junta de Gobierno de la ciudad de Madrid de 8 de junio de 2008. La Carta ha sido ya objeto de varias evaluaciones anuales, correspondiendo en 2019 realizar la octava evaluación del cumplimiento de los compromisos e indicadores correspondientes al año inmediatamente anterior (2018).

Recoge actualmente 7 compromisos con la ciudadanía, que son evaluados anualmente por medio de un conjunto de 18 indicadores. Sus resultados reflejan los valores medios obtenidos en el conjunto de las 22 oficinas con que cuenta la OMIC.

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.

Examinando los resultados obtenidos, resultan especialmente destacables los que hacen referencia a la valoración ciudadana del servicio. Para el cálculo de estos valores correspondientes al ejercicio 2018, se realizaron un total de 2499 encuestas telefónicas entre las personas usuarias que voluntariamente accedieron a responder a las preguntas contenidas en el formulario de encuesta.

Los datos reflejan, por ejemplo, que un 91,98% estaban satisfechos o muy satisfechos con la actuación y el trato recibido por el personal de la OMIC, con unas notas medias otorgadas en los distintos atributos que superan la cifra de 8 en todos los casos, en una escala del 0 al 10.

También es destacable el indicador que muestra que un 58 % de las mediaciones realizadas en la OMIC tienen un resultado positivo para la persona consumidora, lo cual pone en valor la utilidad de este servicio para las personas consumidoras en la resolución de sus 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 REALIZADA EN 2019 SOBRE LOS DATOS DE 2018

Indicador	Meta	Resultado 2018
Porcentaje de personas usuarias satisfechas con la información y orientación recibidas en la OMIC	80%	86,20%
Satisfacción media de las personas usuarias con la preparación del personal de la OMIC para realizar su trabajo	8	8,01
Satisfacción media de las personas usuarias con la amabilidad y cortesía del personal que lo ha atendido en la OMIC	8	8,44
Satisfacción media de las personas usuarias con la claridad y comprensibilidad de la información recibida	8	8,35
Porcentaje de personas usuarias satisfechas con el trato recibido en la OMIC	80%	91,98%
Porcentaje de citas previas que se ofrecen con una demora igual o menor de 10 días naturales, en la OMIC	75%	83,70%
Porcentaje de citas previas en OMIC ofrecidas en un plazo de 20 días naturales	100%	91,17%
Porcentaje de reclamaciones que son tramitadas en la OMIC en un plazo máximo de 2 meses	80%	75,50%
Porcentaje de reclamaciones tramitadas en un plazo máximo de 6 meses	100%	99,60%
Porcentaje de mediaciones positivas para la persona consumidora en las que la OMIC municipal ha realizado labores de mediación	40%	58%
Porcentaje de reclamaciones sin resultado positivo informadas de posibles vías para su resolución	100%	99,30%
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	176
Porcentaje de sugerencias, reclamaciones y felicitaciones relativas a los servicios prestados por la OMIC contestadas como máximo en 30 días	-	98,11%
Sugerencias, reclamaciones y felicitaciones relativas a los servicios prestados por la OMIC	-	53
Porcentaje de sugerencias, reclamaciones y felicitaciones relativas a los servicios prestados por la OMIC contestadas en menos de 2 meses.	100%	100%

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



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

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

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

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

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

Anualmente se realiza una auditoría interna y otra externa en el Servicio, llevándose a cabo la auditoría interna el día 7 de mayo de 2019, en la que se detectaron dos observaciones que se han tenido en cuenta para su implantación en el sistema. La auditoría externa, realizada el 27 de junio por el Instituto de Certificación ICDO, reveló únicamente una no conformidad leve, que se ha corregido, evidenciándose así la eficacia del sistema y consiguiéndose la renovación de 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 las personas con las que se relaciona, sean físicas o jurídicas. Como consecuencia, requiere realizar un análisis en profundidad de la percepción que sus clientes tienen del servicio que prestan.

Como técnica de análisis se lleva a cabo una encuesta, con periodicidad bienal, (realizada en 2018), con objeto de conocer el nivel de satisfacción con las actividades emprendidas y, de los datos recabados, 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 por el Servicio de Inspección de Consumo. Las conclusiones de esta encuesta fueron satisfactorias, detectándose también algunas acciones convenientes para la mejora continua del servicio, que han continuado implementándose en 2019.

En concreto, las áreas de mejora propuestas sobre las que se ha seguido trabajando en 2019 han sido las siguientes:

- En cuanto a la inspección, la elaboración de material informativo sobre los cambios en la normativa de aplicación.
- En lo que respecta al procedimiento sancionador avanzar en la comprensibilidad del lenguaje que se emplea en el expediente, que por su naturaleza jurídica resulta a veces poco accesible.
- Y en cuanto a la Oficina de Investigación de consumo avanzar en cuanto a la atención personalizada a los interesados, a fin de explicarle los motivos jurídicos de la resolución adoptada.

Ejecución presupuestaria

Aplicación presupuestaria		Crédito definitivo	Crédito disponible	Obligaciones reconocidas	Ejecución (%)
493.00	CONSUMO	4 370 710,49 €	284 713,69 €	4 063 295,47 €	92,97
CAPÍTULO 1. Gastos de personal		3 751 367,49 €	250 918,18 €	3.500 449,31 €	93,31
10100	RETRIBUCIONES BÁSICAS	97 884,10 €	1293,60 €	96 590,50 €	
12000	SUELDOS DEL GRUPO A1	227 735,83 €	30 414,91 €	197 320,92 €	
12001	SUELDOS DEL GRUPO A2	358 557,21 €	49 032,74 €	309 524,47 €	
12003	SUELDOS DEL GRUPO C1	100 153,43 €	41 908,42 €	58 245,01 €	
12004	SUELDOS DEL GRUPO C2	186 870,00 €	-10 453,34 €	197 323,34 €	
12006	TRIENIOS	219 816,50 €	25 105,88 €	194 710,62 €	
12100	COMPLEMENTO DE DESTINO	547 090,44 €	53 454,43 €	493 636,01 €	
12101	COMPLEMENTO ESPECÍFICO	1 180 832,82 €	112 183,21 €	1 068 649,61 €	
12103	OTROS COMPLEMENTOS	70 049,43 €	6772,92 €	63 276,51 €	
15000	PRODUCTIVIDAD	75 223,00 €	-416,81 €	75 639,81 €	
16000	SEGURIDAD SOCIAL	687 154,73 €	24 522,85 €	662 631,88 €	
16009	OTRAS CUOTAS	0,00 €	-75 881,56 €	75 881,56 €	
16208	PREMIO RENDIMIENTO Y AÑOS DE SERVICIO	0,00 €	-7019,07 €	7019,07 €	
Capítulo 2. Gasto Corriente		619 343,00 €	33 795,51 €	562 846,16 €	90,88
22001	PRENSA, REVISTAS, LIBROS Y OTRAS PUBLICACIONES	500,00 €	439,10 €	60,90 €	
22107	IMPRESOS Y FORMULARIOS	12 000,00 €	4530,77 €	7469,23 €	
22602	PUBLICIDAD Y PROPAGANDA	46 018,00 €	18 913,34 €	27 104,66 €	
22606	REUNIONES, CONFERENCIAS Y CURSOS	13 000,00 €	3005,40 €	9994,60 €	
22699	OTROS GASTOS DIVERSOS	1984,00 €	1391,95 €	592,05 €	
22706	ESTUDIOS Y TRABAJOS TÉCNICOS	356 848,00 €	445,90 €	356 402,10 €	
23010	DEL PERSONAL DIRECTIVO	470,00 €	470,00 €	0,00 €	
23020	DEL PERSONAL NO DIRECTIVO	470,00 €	470,00 €	0,00 €	
23110	GASTOS DE VIAJE DEL PERSONAL DIRECTIVO	500,00 €	500,00 €	0,00 €	
23120	GASTOS DE VIAJE DEL PERSONAL NO DIRECTIVO	500,00 €	500,00 €	0,00 €	
26000	TRABAJOS REALIZ. POR INSTITUCIONES S.F. DE LUCRO	187 053,00 €	3129,05 €	161 222,62 €	