

AÑO 2020

MEMORIA ANUAL DE ACTUACIONES EN MATERIA DE CONSUMO



CONTENIDO

Preámbulo	3
Línea de acción I	5
Información y atención en materia de consumo	5
1.1 Atención en la Oficina Municipal de Información al Consumidor (OMIC)	5
1.2 Actividades desarrolladas por la Junta Arbitral de Consumo del Ayuntamiento de Madrid	21
Línea de acción II	27
Formación sobre consumo	27
2.1 Programa de formación en consumo	27
2.2 Formación interna. Cursos específicos sobre consumo	34
2.3 Resumen de actividades de formación	35
Línea de acción III	37
Códigos de buenas prácticas para los sectores empresariales	37
Línea de acción IV	40
Investigación y control del mercado	40
4.1 Programa de investigación	40
4.2 Actividades de inspección	41
4.3 Actuaciones sancionadoras y medidas preventivas	45
Línea de acción V	47
Divulgación y comunicación sobre consumo	47
5.1 Elaboración de material divulgativo	48
5.2 Actualización del contenido del espacio Web corporativo sobre consumo	51
5.3 Nueva página web corporativa “madrideseconomia”	53
5.4 Redes sociales del Instituto Municipal de Consumo	53
5.5 Campañas, actos y eventos de comunicación sobre consumo	55
Línea de acción VI	57
Participación, colaboración y coordinación en consumo	57
6.1 Coordinación y colaboración interadministrativa	57
6.2 Participación ciudadana en consumo	64
Línea de acción VII	68
Fomento del consumo responsable	68
7.1 Madrid, Ciudad por el Comercio Justo	68
7.2 Actuaciones en materia de consumo sostenible	70

Línea de acción VIII	73
Transparencia y calidad en la actuación municipal	73
8.1 Publicidad activa.....	73
8.2 Portal de datos abiertos.....	74
8.3 Protección de datos personales	74
8.4 Carta de Servicios de la OMIC.....	75
8.5. Sistema de Calidad conforme a la Norma UNE EN ISO 9001-2015 del Servicio de Inspección de Consumo	77
Línea de acción IX	79
Actividad administrativa y ejecución presupuestaria	79
9.1 Actividad administrativa	79
9.2 Ejecución presupuestaria.....	81

Preámbulo

Como para muchos otros servicios y actividades administrativas, y a consecuencia de la pandemia originada por el virus SARS CoV 2, el año 2020 ha supuesto un reto especial para la actividad en materia de consumo. Desde su origen en el mes de marzo, los servicios municipales de consumo han impulsado y aplicado medidas destinadas a procurar el mantenimiento de las actividades programadas, en todos los planos, esto es, la información sobre consumo, la formación, la atención a reclamaciones y denuncias, el arbitraje, el control del mercado, y muy especialmente, todas aquellas que tienen que ver con la atención personalizada a los madrileños y madrileñas, en su condición de personas consumidoras, para lo cual ha sido necesario abrir nuevos canales de comunicación telemática, en sustitución de la atención presencial, compaginando el mantenimiento del servicio con la aplicación de las medidas impuestas por las autoridades sanitarias para la contención de la expansión de la pandemia.

Adicionalmente, las especiales circunstancias motivadas por las restricciones de movilidad y por la cancelación de transportes, espectáculos públicos, eventos y muchos otros servicios, han causado numerosos perjuicios y situaciones complejas a las personas consumidoras por lo que, además de asistir a sus solicitudes de información de manera personalizada, ha sido necesario reforzar en gran medida la divulgación en materia de consumo. Las sucesivas disposiciones normativas dictadas con ocasión del estado de alarma y la voluntad de ofrecer a la ciudadanía madrileña información permanentemente actualizada para la protección de sus derechos, se ha traducido en la publicación en la página web corporativa de contenidos promocionales, así como de un extenso especial informativo dedicado a COVID-19, junto con el trabajo en las nuevas redes sociales propias establecidas en mayo de 2020.

Asimismo, la coordinación, la cooperación administrativa y la formulación de acuerdos voluntarios con las organizaciones empresariales 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, han sido y 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 la sociedad.

Este documento recoge una síntesis de las actividades desarrolladas en 2020, incluyendo el grado en el que ha sido posible realizar aquellas que estaban programadas, así como las que han debido establecerse como novedad o bien reorientarse, en función de las necesidades surgidas por la crisis sanitaria. Todo ello en el ejercicio de las competencias delegadas al Instituto Municipal de Consumo (IMC), 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 a las personas consumidoras 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
- IX. Actividad administrativa y ejecución presupuestaria.

Línea de acción I

Información y atención en materia de consumo

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

La OMIC del Ayuntamiento de Madrid inició su actividad en octubre de 1983, fecha desde la cual viene prestando servicio de forma ininterrumpida. Cuenta actualmente con una red de 22 oficinas: una Central y 21 oficinas repartidas por los distritos con que cuenta la ciudad de Madrid. 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, durante toda la pandemia, ha mantenido la atención personalizada a las personas consumidoras, para lo cual se ha enfrentado al reto de tener que diseñar nuevos sistemas de atención e información de forma no presencial y de gestión de las reclamaciones por vías alternativas.

La OMIC en cifras en 2020

- ✓ 22 oficinas
- ✓ 17.390 expedientes tramitados
- ✓ 59,30% de mediaciones positivas*
- ✓ 10.609 personas atendidas de forma personalizada con cita previa
- ✓ 9146 consultas por correo electrónico respondidas de forma personalizada en la OMIC Central.
- ✓ 85,88% de personas usuarias satisfechas con la orientación e información recibidas*
- ✓ 88,23% de personas usuarias satisfechas con el trato recibido*
- ✓ 526 actualizaciones en web durante la pandemia para divulgación general

*datos procedentes de la evaluación de la carta de servicios 2020, realizada en marzo de 2021

Expedientes registrados

En el ejercicio 2020 la OMIC tramitó, a través de sus 22 oficinas, un total de 17.390 expedientes. De ellos, el 95,21% fueron reclamaciones (16.557), el 0,78% solicitudes de información (136), el 2,46% (428) se han clasificado como quejas contra las empresas reclamadas y el 1,55% (269) fueron denuncias.

Expedientes tramitados por la OMIC de Madrid año 2020		
	N.º expedientes	Porcentaje
Reclamación	16.557	95,21%
Información	136	0,78%
Queja	428	2,46%
Denuncia	269	1,55%
Total	17.390	100%

El número de asuntos recibidos en el conjunto de las oficinas de la OMIC (17.390) es notablemente inferior a los registrados en el ejercicio anterior (24.654), a pesar de haberse mantenido abiertas las vías de presentación por medio del portal de gestiones y trámites del Ayuntamiento de Madrid, por vía postal y a través del nuevo canal establecido de recepción de reclamaciones y denuncias por correo electrónico, quedando limitada, sin embargo, la posibilidad de presentación de documentación a través de las oficinas de registro que permanecieron cerradas al inicio de la pandemia y, cuya actividad se restauró a partir del mes de junio, si bien con cita previa. El cierre de los establecimientos comerciales no esenciales durante los primeros meses, el confinamiento o la restricción de la movilidad de la población y el consecuente descenso del consumo han sido, sin duda, los factores principales que permiten explicar este decremento. No obstante, como se detallará más adelante, se ha producido un incremento exponencial de consultas y demandas de información personalizada referidas a actos de consumo.

En cuanto a la distribución de estos expedientes por su tipología, las cifras arrojan resultados similares a ejercicios anteriores; mayoritariamente (el 95,21%) fueron reclamaciones en las que había de intentarse la intermediación con las empresas reclamadas, el 0,78% solicitudes de información, el 1,55% denuncias y el 2,46% quejas relativas a la actuación de las empresas proveedoras de bienes o servicios.

La gestión que realiza la OMIC de los 16.557 expedientes clasificados como reclamaciones consiste en la mediación con las empresas reclamadas, buscando una solución amistosa al conflicto planteado o la remisión al órgano competente para su tramitación, bien sea la Comunidad de Madrid cuando la persona reclamante o la empresa reclamada no tienen su domicilio en el municipio de Madrid, conforme al convenio suscrito en materia de consumo con la administración autonómica, o bien a otros órganos competentes en cada materia como, por ejemplo, en el caso de los expedientes referidos a los servicios financieros o los seguros, comunicando, en todas las ocasiones a la persona reclamante la gestión realizada y, cuando es procedente, el resultado obtenido en la mediación efectuada por la OMIC.

La mediación individualizada, en 2020, ha arrojado un resultado favorable total o parcialmente a las pretensiones de las personas consumidoras de un 59,30%. Este valor, aun siendo muy elevado para una actividad de mediación amistosa como la que desempeña la OMIC, es 2 puntos porcentuales inferior al registrado el ejercicio inmediatamente anterior, cuestión que puede atribuirse, en la mayoría de los casos, al cierre temporal o definitivo de los establecimientos reclamados. La práctica totalidad de las reclamaciones (98 %) han sido tramitadas en un plazo inferior a los 6 meses, y un 78,80 % en menos de dos meses, cifras que son muy similares a las de ejercicios anteriores.

Las solicitudes de información formalizadas por escrito, que se dan de alta en la aplicación informática de gestión (SIGSA), han experimentado un ligero aumento comparativo con el año anterior, confirmando también en este ámbito la tendencia al incremento de la demanda de información. Si en 2019 las solicitudes de información suponían un 0,24% del total de expedientes, en 2020 se ha incrementado hasta un 0,78% del total (para un análisis completo sobre los datos de la información proporcionada a las personas consumidoras como resultado de sus consultas en la atención personalizada a las que se da respuesta en el curso de la cita concertada, véase el apartado “información y orientación”).

En relación con los expedientes considerados como quejas frente a la actuación de las empresas, se consolida en los datos de 2019, en los que representaron el 2,92% del total, frente a los 2,46% de 2020.

Respecto a las denuncias, que totalizan un 1,55% del total de expedientes, se puede señalar que se han mantenido en un nivel similar al de 2019.

Distribución de expedientes por oficinas

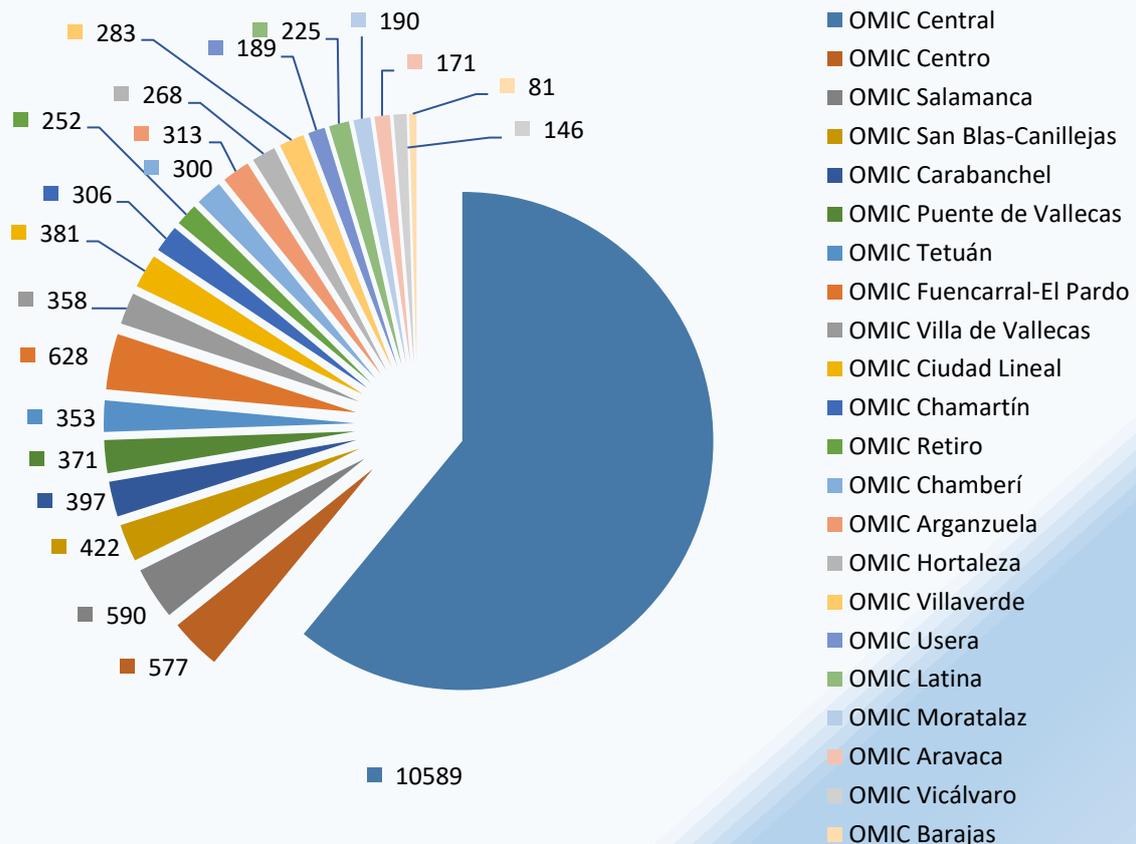


Como se ha indicado anteriormente, la OMIC se estructura en una oficina central y 21 oficinas de distrito. El reparto de expedientes se realiza de acuerdo con los criterios señalados en la Instrucción relativa a la coordinación del funcionamiento de la Oficina Municipal de Información al Consumidor (OMIC) de la ciudad de Madrid, cuya última revisión se efectuó en 2019.

El 60,89% de los expedientes registrados fueron tramitados por la OMIC Central (10.589 expedientes), mientras que el 39,13% restante (6.801) se gestionaron en las oficinas de distrito, conforme a los criterios de reparto territorial y material de asuntos establecidos en la Instrucción de coordinación. Estos datos mantienen una proporción similar de distribución entre las oficinas de distrito y la Central (en 2019, la oficina Central tramitó el 60,06% de los expedientes frente al 39,94% gestionado por el conjunto de las 21 oficinas de OMIC distritales).

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

Expedientes tramitados por oficina OMIC en 2020



	DATOS 2020		% DEL TOTAL
	OMIC CENTRAL	Total	10.589
	Denuncia	119	
	Información	39	
	Reclamación	10.374	
	Queja	57	
OMIC CENTRO	Total	577	3,32%
	Denuncia	2	
	Información	11	
	Reclamación	518	
	Queja	46	

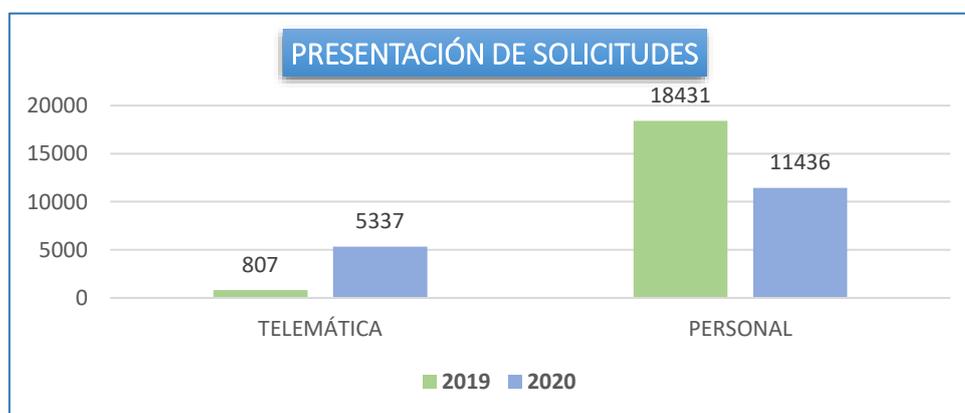
	DATOS 2020		% DEL TOTAL
OMIC ARGANZUELA	Total	313	1,80%
	Denuncia	13	
	Información	0	
	Reclamación	267	
	Queja	33	
OMIC RETIRO	Total	252	1,45%
	Denuncia	11	
	Información	0	
	Reclamación	223	
	Queja	18	
OMIC SALAMANCA	Total	590	3,39%
	Denuncia	6	
	Información	0	
	Reclamación	564	
	Queja	20	
OMIC CHAMARTIN	Total	306	1,76%
	Denuncia	16	
	Información	0	
	Reclamación	265	
	Queja	25	
OMIC TETUAN	Total	353	2,03%
	Denuncia	1	
	Información	0	
	Reclamación	317	
	Queja	35	
OMIC CHAMBERI	Total	300	1,73%
	Denuncia	13	
	Información	1	
	Reclamación	260	
	Queja	26	
OMIC FUENCARRAL-EL PARDO	Total	628	3,61%
	Denuncia	18	
	Información	0	
	Reclamación	542	
	Queja	68	
OMIC MONCLOA-ARAVACA	Total	171	0,98%
	Denuncia	6	
	Información	0	
	Reclamación	165	
	Queja	0	
OMIC LATINA	Total	225	1,29%
	Denuncia	2	
	Información	0	
	Reclamación	223	
	Queja	0	

	DATOS 2020		% DEL TOTAL
OMIC CARABANCHEL	Total	397	2,28%
	Denuncia	8	
	Información	10	
	Reclamación	358	
	Queja	21	
OMIC USERA	Total	189	1,09%
	Denuncia	10	
	Información	0	
	Reclamación	163	
	Queja	16	
OMIC PUENTE DE VALLECAS	Total	371	2,13%
	Denuncia	4	
	Información	2	
	Reclamación	333	
	Queja	32	
OMIC MORATALAZ	Total	190	1,09%
	Denuncia	9	
	Información	14	
	Reclamación	153	
	Queja	14	
OMIC CIUDAD LINEAL	Total	381	2,19%
	Denuncia	6	
	Información	0	
	Reclamación	375	
	Queja	0	
OMIC HORTALEZA	Total	268	1,54%
	Denuncia	2	
	Información	0	
	Reclamación	266	
	Queja	0	
OMIC VILLAVERDE	Total	283	1,63%
	Denuncia	13	
	Información	59	
	Reclamación	206	
	Queja	5	
OMIC VILLA DE VALLECAS	Total	358	2,06%
	Denuncia	2	
	Información	0	
	Reclamación	351	
	Queja	5	
OMIC VICALVARO	Total	146	0,84%
	Denuncia	5	
	Información	0	
	Reclamación	137	
	Queja	4	

	DATOS 2020		% DEL TOTAL
OMIC SAN BLAS-CANILLEJAS	Total	422	2,43%
	Denuncia	0	
	Información	0	
	Reclamación	421	
	Queja	1	
OMIC BARAJAS	Total	81	0,46%
	Denuncia	3	
	Información	0	
	Reclamación	76	
	Queja	2	
TOTAL OMIC	Total	17.390	100%
	Denuncia	269	1,55%
	Información	136	1,36%
	Reclamación	16.557	95,21%
	Queja	428	2,46%

Como aspecto a destacar de los datos recogidos en la tabla anterior ha de citarse que el decremento de expedientes, en comparación con el año anterior, ha sido menos acusado en la OMIC Central que en la mayoría de las oficinas de distrito. Ello es debido a que, conforme a la vigente Instrucción de coordinación, corresponden a la OMIC Central temáticas como los suministros o gran parte de la contratación on-line, siendo este último un sistema de compra de bienes o de contratación de servicios cuya utilización ha crecido significativamente en 2020.

Otro dato para destacar en el análisis de los expedientes es el fuerte incremento del **uso de las nuevas tecnologías** para la presentación de las reclamaciones y solicitudes. Si en 2019 se formularon por vía telemática o correo electrónico 807 expedientes, en 2020 se presentaron por estas vías 5.337, mientras que se ha producido un notable descenso en la presentación por personación, que pasa de 18.431 en 2019 a 11.436 en 2020. En términos relativos, relacionando estas cifras con el número total de expedientes tramitados en ambos ejercicios, nos encontramos con que la presentación por vía telemática se ha multiplicado por un factor de 9 aproximadamente, al pasar de ser un 3,27% en 2019 a un 30,69% en 2020.



Distribución sectorial de expedientes

Al ser consumo un ámbito multisectorial, las reclamaciones, informaciones, quejas y denuncias versan sobre muy diversas temáticas, que incluyen diferentes tipos de bienes y servicios o suministros. Desde el año 2018, la clasificación de reclamaciones se ha efectuado conforme al nuevo modelo, más acorde con la recomendación de la Comisión Europea, de 12 de mayo de 2010, sobre el uso de una metodología armonizada para la clasificación y notificación de las reclamaciones y consultas de las personas consumidoras.

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

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

Distribución de expedientes por sectores		
SECTORES	N.º de EXPEDIENTES	PORCENTAJE
ALIMENTACIÓN	386	2,22%
BIENES DE CONSUMO	3553	20,43%
SERVICIOS	11.970	68,83%
Subsector Servicios generales	2204	12,67%
Subsector Servicios financieros	1794	10,32%
Subsector Telecomunicaciones	3284	18,88%
Subsector Transporte y servicios postales	1124	6,46%
Subsector Ocio	2274	13,08%
Subsector Energía y agua	1290	7,42%
SALUD	912	5,24%
EDUCACIÓN	339	1,95%
VIVIENDA	230	1,33%

Si bien el número total de asuntos registrados es inferior al del año anterior, su distribución en cuanto a los grupos sectoriales generales es muy similar. El sector más numeroso es el que

agrupa diferentes actividades de prestación de servicios a las personas consumidoras, con un 68,83% (71,02 % en 2019) de los asuntos planteados en la OMIC, seguido de los expedientes referidos a los bienes de consumo, con un 20,43% (21,34 % en 2019), salud 5,24% (2,59 % en 2019), alimentación 2,22% (2,24% en 2019), educación 1,95% (1,43% en 2019) y vivienda 1,33% (1,37% en 2019).

Sin embargo, dentro del sector de servicios, los de telecomunicaciones han sufrido una importante caída, al haber pasado de agrupar al 25,89% de los expedientes (36,46% dentro del sector) en 2019, al 18,88% del total en 2020. También el descenso de expedientes referidos al subsector energía y agua es acusado, de un 10,42% en 2019 (14,67% del sector) al 7,42% del total en 2020. El motivo de estas notables modificaciones podría atribuirse, al menos en parte, a los cambios normativos de medidas especiales durante el estado de alarma, en relación con la suspensión de los cortes de suministro y las moratorias de pago.

Es también importante resaltar el repunte de reclamaciones referidas a salud. En 2019, se dieron de alta 639 expedientes en este sector, mientras que en 2020 se han formalizado 912. Nuevamente, la pandemia y la preocupación de las personas por su salud, así como la situación provocada por el cierre de determinadas clínicas dentales, ha originado el cambio de tendencia en este sector.

Los expedientes relativos a la adquisición de bienes de consumo alcanzaron un total de 3553, en 2020, frente a los 5262 de 2019. El descenso más acusado se produce en relación con la compra de mobiliario, que pasa de 731 expedientes en 2019 a 459 en 2020, textil con 384 en 2020 frente a 642 en 2019 y automóviles nuevos o usados que descienden a 216 en 2020 frente a los 334 de 2019.

Respecto a la vivienda, que comprende la compraventa y alquiler de vivienda, así como el aprovechamiento por turno, se observa un descenso en cuanto al número de expedientes, siguiendo la pauta general de menor número de reclamaciones. En 2019 se registraron 337 expedientes frente a los 230 de este ejercicio. Sin embargo, su porcentaje con respecto a los demás sectores es similar al del año anterior. De igual forma se ha comportado el sector de Alimentación, que ha pasado de 553 expedientes en 2019 a 386 en 2020.

Por el contrario, el sector de educación se ha mantenido estable, 339 expedientes en 2020, frente a 353 de 2019, subiendo casi medio punto porcentual con respecto al pasado ejercicio.

Información y orientación. Atención presencial/personalizada en la OMIC

Una de las principales labores desarrolla por la OMIC es proporcionar asesoramiento en materia de consumo a las personas consumidoras, 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 y divulgación sobre consumo
- Atención presencial personalizada en las oficinas de la OMIC

La OMIC, en su red de 22 oficinas, ofrece atención personalizada a las personas consumidoras para consultas en materia de consumo, a través del sistema corporativo de **cita previa** del Ayuntamiento de Madrid, atención que se ha venido tradicionalmente realizando de manera presencial en las oficinas de la OMIC.

Las restricciones de movilidad impuestas desde mediados de marzo de 2020, con la declaración del estado de alarma, obligaron a suspender la atención presencial. Para restaurar la atención personalizada lo antes posible, se desarrollaron las actuaciones precisas con el servicio corporativo de cita previa, para transformar la atención que venía realizándose en las oficinas de OMIC en atención telefónica personalizada, evitando así desplazamientos innecesarios.

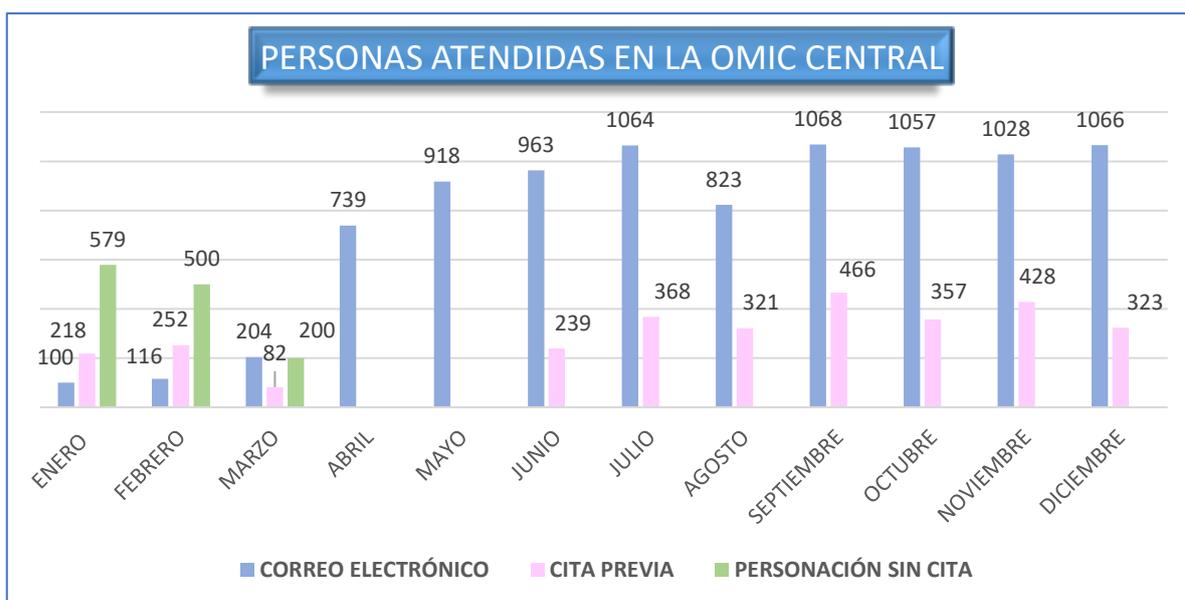
La existencia de cita previa para esta atención personalizada se ha venido compatibilizando, en la OMIC Central, con la **información general sin cita previa**, que se refiere a aspectos como, por ejemplo, cómo presentar una reclamación, así como la solicitud y entrega de hojas de reclamaciones a las empresas, o la consulta de expedientes que se estén ya tramitando, que es atendida directamente por el personal técnico que tenga asignada la gestión del expediente concreto de que se trate.

Como **actuación especial COVID-19**, desde el primer momento, se buscaron vías alternativas para poder atender de manera personalizada las consultas de las personas consumidoras y, al mismo tiempo, facilitar la presentación y gestión de reclamaciones, al permanecer también cerradas temporalmente las oficinas de registro. Estas medidas fueron acompañadas de otras dedicadas a la divulgación general, especialmente ante las circunstancias y conflictos de consumo con ocasión de la cancelación de numerosos servicios y las medidas adoptadas a través de distintas disposiciones normativas a consecuencia de la declaración del estado de alarma.

Se optó por dar amplia publicidad a un **correo electrónico institucional de consultas** en materia de consumo para atender de una forma ágil y eficaz las demandas de la ciudadanía, medida que ha tenido una excelente acogida, por su facilidad de uso y la ágil respuesta que se ofrece por parte de la OMIC. Los datos de utilización de este servicio, así como la valoración

otorgada por el ciudadano en las evaluaciones trimestrales que se realizan, indican claramente que las medidas adoptadas no solo han sabido resolver la situación planteada por el confinamiento, sino que también han sido plenamente aceptadas por las personas consumidoras, de tal manera que está previsto su mantenimiento futuro.

A continuación, se presentan a modo de síntesis los datos de la atención personalizada realizada en la OMIC Central, por los canales anteriormente indicados, a la que hay que añadir la realizada en las distintas oficinas de distrito.



Atención con cita previa

A continuación, se presenta la tabla comparativa de atención presencial en la OMIC Central con cita previa, en relación con los mismos periodos del año anterior:

OMIC CENTRAL ATENCIÓN PERSONALIZADA CON CITA PREVIA	2020 Personas atendidas	2019 Personas atendidas
Enero	218	201
Febrero	252	235
Marzo	82	272
Abril*	0	189
Mayo	0	196
Junio	239	188
Julio	368	198
Agosto	321	27
Septiembre	466	223
Octubre	357	205

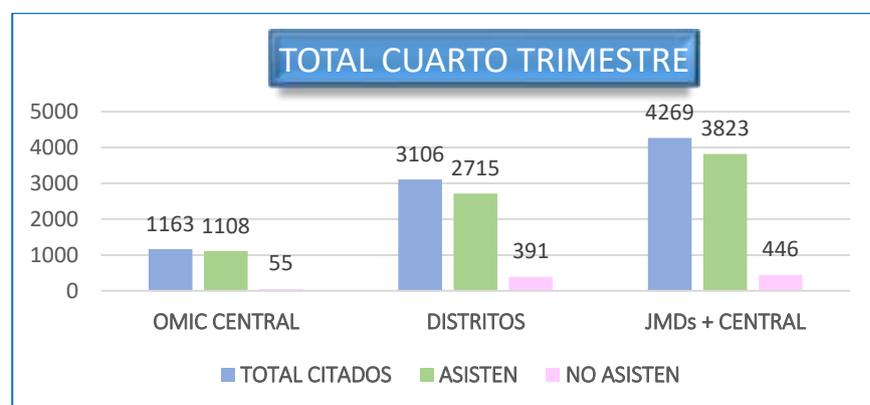
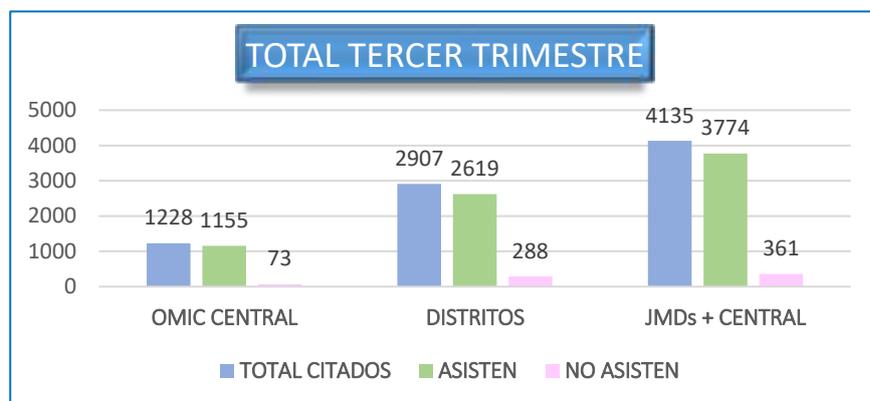
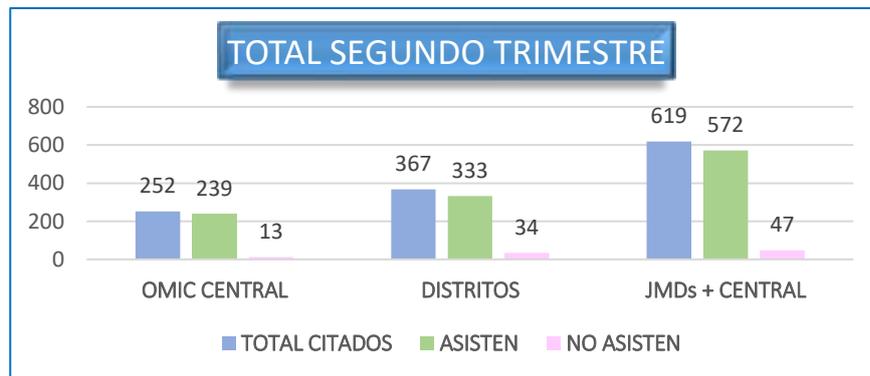
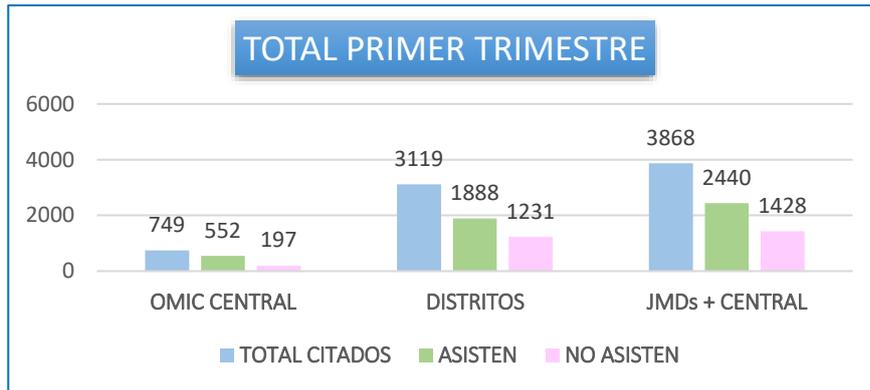
Noviembre	428	224
Diciembre	323	106
TOTAL DE PERSONAS ATENDIDAS	3054	2264
TOTAL DE PERSONAS CITADAS	3392	2955
% Asistencia/Atención cita previa	90,0%	76,6%
% No asistencia/No atendidos	10,0%	23,4%

*Del 13 de marzo al 9 de junio estuvo interrumpido el servicio de cita previa.

Las principales conclusiones que se deducen de los datos de la tabla anterior son, por un lado, que, a pesar del periodo de cierre temporal de nuestras oficinas, el número de personas atendidas en la OMIC Central ha sido incluso mayor que en el anterior ejercicio y, por otro, que el nivel de absentismo se ha visto reducido en 13,4 puntos porcentuales, motivado porque desde el mes de junio la atención con cita previa ha sido telefónica. En las oficinas de distrito el absentismo registrado en el conjunto del ejercicio 2020 ha sido mayor, tal y como puede apreciarse en la siguiente tabla, que refleja la atención en el conjunto de las oficinas de OMIC durante el ejercicio 2020.

ATENCIÓN PERSONALIZADA EN LA OMIC CON CITA PREVIA en 2020							
	OMIC Central			Total Distritos	Totales	% Total OMIC Central	% Total Distritos
	Asesoramiento económico	Información y reclamaciones	TOTAL				
Personas citadas	142	3250	3392	9499	12.891	26,31%	73,69%
Personas que acudieron a la cita	102	2952	3054	7555	10.609	90,04%	79,53%
Personas que NO asistieron a la cita	40	298	338	1944	2282	9,96%	20,47%

En los gráficos siguientes puede apreciarse la evaluación trimestral de las personas atendidas, teniendo en cuenta que la atención personalizada por vía telefónica se implantó en la OMIC Central en el mes de junio y, con carácter progresivo fueron incorporándose los distintos distritos, una vez habilitado el mecanismo correspondiente a través de la página web corporativa.





Para contribuir a la atención personalizada a las personas consumidoras, 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.

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.

Atención sin cita previa y correo electrónico para consultas

Durante el año 2020, la OMIC Central ha asumido una profunda reorganización de los procedimientos para hacer posible la prestación del servicio a distancia, potenciando extraordinariamente la resolución de consultas, mediante un correo electrónico dedicado a tal fin, con un amplio esfuerzo por parte de la Unidad de Información de la OMIC Central para dar respuesta ágil a todas estas consultas.

Así, si en 2019, en la OMIC Central se atendió a 6588 personas sin cita previa y 1500 consultas formuladas por correo electrónico, totalizando 8088 atenciones, en 2020, desde el inicio del año hasta el 12 de marzo se atendieron 1279 personas sin cita previa. A partir de esa fecha, la atención se realizó por correo electrónico. En total, en el año 2020, se han atendido 9146 consultas por correo electrónico, con el siguiente desglose:

	2020	CONSULTAS POR CORREO ELECTRÓNICO (UNIDAD INFORMACION)	CONSULTAS POR CORREO ELECTRÓNICO (ASOC. CONSUMIDORES)	TOTAL CONSULTAS POR CORREO ELECTRÓNICO	
ANTES COVID-19	ene-20	100	-	100	
	feb-20	116	-	116	
	1 a 12 marzo	58	-	58	
	13 a 31 marzo	146	-	146	1 TRIM. 420
ETAPA COVID-19	abr-20	719	20	739	
	may-20	598	320	918	
	jun-20	643	320	963	2 TRIM. 2.620

jul-20	1064	-	1064		
ago-20	823	-	823		
sep-20	1068	-	1068	3 TRIM	5.040
oct-20	1057	-	1057		
nov-20	1028	-	1028		
dic-20	1066	-	1066	4 TRIM	3.151
TOTAL	8486	660	9146		

Por lo tanto, a pesar del cierre de la atención presencial como consecuencia de la pandemia, la resolución de consultas se ha incrementado hasta las 10.425 intervenciones, lo que supone un incremento del 28,89 %.

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

OMIC Central	Consultas respondidas por correo electrónico	Personas atendidas con cita previa	Personas atendidas sin cita	TOTAL
Enero	100	218	579	897
Febrero	116	252	500	868
1 a 12 marzo	58	82	200	340
13 a 31 marzo	146	0	-	146
Abril	739	0	-	739
Mayo	918	0	-	918
Junio	963	239	-	1202
Julio	1064	368	-	1432
Agosto	823	321	-	1144
Septiembre	1068	466	-	1534
Octubre	1057	357	-	1414
Noviembre	1028	428	-	1456
Diciembre	1066	323	-	1389
TOTAL	9146	3054	1279	13.479

Por lo tanto, el año 2020 se sitúa a la cabeza en relación con la resolución de consultas e información a las personas consumidoras, a pesar de las circunstancias adversas sufridas.

Como puede observarse en la siguiente tabla al inicio de la crisis sanitaria una gran parte de las consultas recibidas estaban relacionadas con COVID-19, proporción que fue paulatinamente disminuyendo en favor de las consultas generales o sectoriales sobre consumo.

		RELACIONADAS COVID-19	NO RELACIONADAS CON COVID 19
antes covid-19	enero	0	100
	febrero	0	116
	hasta 12 marzo	0	58
etapa covid-19	13 a 31marzo	75	71
	abril	495	244
	mayo	437	481
	junio	292	651
	julio	275	809
	agosto	162	661
	septiembre	203	865
	octubre	157	900
	noviembre	104	924
	diciembre	101	965
	TOTALES	2301	6845

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 servicio en la región deben tener hojas de reclamaciones a disposición de las personas consumidoras, siendo las entidades locales las encargadas de su distribución, entre otras administraciones públicas. La OMIC realiza esta actividad en todas sus oficinas poniendo a disposición también carteles informativos de su existencia. Las hojas y carteles están también disponibles a través del portal de gestiones y trámites del Ayuntamiento de Madrid.

A la disminución de peticiones presenciales como consecuencia de la entrada en vigor del procedimiento de descarga on-line de las hojas de reclamaciones a partir de 2019, se suma que la petición de hojas en formato papel ha disminuido como consecuencia del estado de alarma. No obstante, una vez producida la reapertura de las oficinas OMIC se ha continuado la entrega física de hojas de reclamaciones, bien presencialmente, o por envío por correo postal. Si bien estas solicitudes han sido mínimas y se redujeron a 75 empresas en la etapa anterior al confinamiento. La entrega se realiza en el mismo momento, si disponen de la documentación justificativa de la actividad comercial.

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



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

Al igual que en ejercicios anteriores, el Instituto Municipal de Consumo ha desarrollado en 2020 acciones para promover el conocimiento de este sistema entre consumidores y empresas y fomentar la adhesión voluntaria de estas últimas.

Actividad de la Junta Arbitral de Consumo

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

La actividad de la Junta Arbitral de Consumo durante este ejercicio se ha visto condicionada por las circunstancias especiales motivadas por la crisis sanitaria COVID-19 que ha supuesto, por una parte, un descenso en el consumo debido al confinamiento y restricciones de movilidad, y por otra, la necesidad de modificar la metodología de trabajo y forma de relacionarse con la ciudadanía, para adaptarse a la nueva situación y continuar prestando servicio a la ciudadanía madrileña, respetando las restricciones impuestas por las autoridades sanitarias para la contención de la expansión de la pandemia.

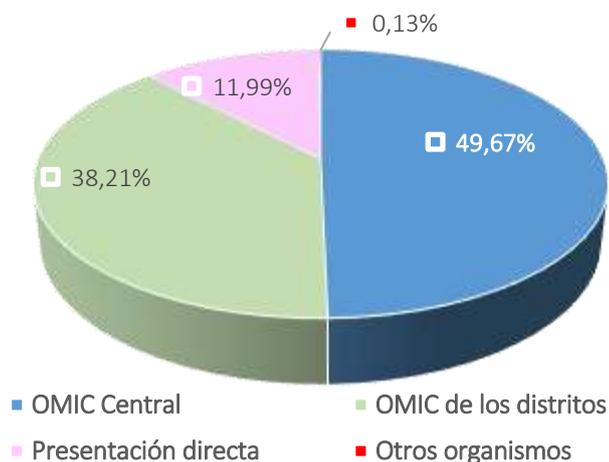
La imposibilidad de atención presencial a las personas consumidoras desde los primeros meses de la pandemia ha obligado a establecer canales de atención directa por vía telefónica y por correo electrónico. El Real Decreto 231/2008, de 15 de febrero, por el que se regula el Sistema Arbitral de Consumo prevé en su artículo 44, relativo a las audiencias arbitrales, que estas podrán desarrollarse presencialmente o a través de videoconferencias u otros medios técnicos que permitan la identificación y comunicación directa de las partes. Por ello, tras el necesario periodo de adaptación, se restauró la celebración de vistas arbitrales por vía telefónica. Por otra parte, la suspensión de plazos administrativos decretada por el Gobierno durante la primera fase de la pandemia, ha tenido también consecuencias sobre los procedimientos en curso en la Junta Arbitral.

No obstante, en consonancia con el menor número de reclamaciones, también se ha producido en 2020 un decremento en el número de solicitudes de arbitraje formuladas, que en concreto fueron 759, un valor inferior al del año precedente, en el que se tramitaron 933 solicitudes.

La mayor parte de los expedientes de arbitraje han pasado previamente por un proceso de mediación en la OMIC, sometiendo la persona consumidora voluntariamente a arbitraje aquellas cuestiones en las cuales la mediación efectuada no ha satisfecho total o parcialmente las pretensiones de la parte reclamante, cuestión más frecuente si se trata de empresas adheridas al Sistema Arbitral de Consumo. Así se constata en el siguiente gráfico de distribución porcentual de solicitudes en función de su origen. El grupo mayoritario procede de las oficinas de la OMIC del Ayuntamiento de Madrid, en concreto, 377 de la oficina Central y 290 de las oficinas de distrito, lo que supone un 87,88 % del total.

El 12,12 % restante se distribuye de la siguiente forma: 91 solicitudes fueron presentadas directamente por las personas consumidoras ante la Junta Arbitral de Consumo y 1 se recibió a través de otros organismos.

PROCEDENCIA DE LAS SOLICITUDES DE ARBITRAJE



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

Distribución sectorial de solicitudes de arbitraje

En 2020 la distribución de reclamaciones se ha efectuado conforme al modelo anteriormente citado de clasificación de reclamaciones más acorde con la recomendación europea y que comprende 9 sectores generales que, a su vez, se desglosan 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 2020		
Sector	N.º de solicitudes	Porcentaje
Telecomunicaciones	355	46,77%
Servicios generales	123	16,21%
Bienes de consumo	112	14,76%
Transporte y servicio postal	36	4,74%
Servicios de ocio	29	3,82%
Servicios financieros	27	3,56%
Salud	22	2,90%
Energía y agua	20	2,63%
Educación	17	2,24%
Vivienda	15	1,98%
Alimentación	3	0,39%
TOTAL	759	100%

El grupo más numeroso corresponde a las telecomunicaciones, y representa un 46,77% del total, seguido de los servicios generales con un 16,21% y la adquisición de bienes con un 14,76% del total.

De manera más específica, dentro del sector de las telecomunicaciones, destacan los servicios combinados de telefonía con 230 solicitudes, los de telefonía móvil con 93 solicitudes y los de telefonía fija con 17 solicitudes.

Del grupo de los servicios generales, el dato más significativo son las 36 solicitudes relativas a tintorerías, sector que cuenta con bastantes empresas adheridas, y que representan un 4,75% del total de asuntos gestionados en la Junta Arbitral de Consumo del Ayuntamiento de Madrid, seguido de las reparaciones del hogar, con 19 solicitudes, y de mantenimiento y reparación de vehículos a motor, con 17 solicitudes.

En cuanto a la compra de bienes, cabe resaltar las 17 solicitudes de arbitraje relativas a la adquisición de aparatos de telefonía, las 15 recibidas sobre compras de mobiliario y, 10 solicitudes sobre productos textiles y prendas de vestir.

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

Sectores	Subsector	N.º de Solicitudes	Porcentaje
Telecomunicaciones	Servicios combinados telefonía	230	30,30%
	Telefonía móvil	93	12,25%
	Telefonía fija	17	2,24%
Servicios Generales	Tintorería	36	4,75%
	Reparaciones hogar	19	2,50%
	Mantenimiento y reparación de vehículos a motor	17	2,24%
Bienes	Aparatos de telefonía	17	2,24%
	Mobiliario	15	1,98%
	Textil y prendas de vestir	10	1,32%
Transporte y Servicio Postal	Servicios postales	14	1,84%
Servicios de Ocio	Agencias de viajes	9	1,19 %
Servicios financieros	Bancos y entidades financieras	21	2,77%
Salud	Hospitales, clínicas y profesionales sanitarios	8	1,05%
Energía y agua	Electricidad comercializadora	13	1,71%
Educación	Otras enseñanzas no regladas	13	1,71%
Varios	Otros	227	29,91%
TOTAL		759	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 2020, todas las vistas arbitrales celebradas (231) se han celebrado con órgano colegiado. Como consecuencia de la pandemia la mayor parte de las audiencias arbitrales se han desarrollado de manera telefónica. Se han emitido 206 laudos arbitrales en equidad y 25 en derecho.

Los colegios arbitrales de la Junta Arbitral de Consumo del Ayuntamiento de Madrid se han constituido por los árbitros propuestos por 16 asociaciones de consumidores y por 15

organizaciones empresariales, en desarrollo en los convenios de colaboración celebrados con dichas asociaciones y organizaciones.

Los resultados de las vistas celebradas en el año 2020, conforme al resultado de los laudos emitidos, se clasifican de la siguiente manera:

RESULTADO DE LAS VISTAS CELEBRADAS		
Resultado / Tipo de laudo	Número	Porcentaje
Estimatorio total o parcialmente	162	70,13%
Desestimatorio	45	19,48%
Conciliatorio	0	0,00%
Archivo-Vía judicial cerrada	4	1,73%
Archivo-Vía judicial expedita	9	3,90%
Suspensión	2	0,86%
Peritaje	0	0,00%
Inhibitorio	9	3,90%
TOTAL	231	100%

Promoción del arbitraje de consumo



Para fomentar el conocimiento del Sistema Arbitral de Consumo se desarrolló en 2020 una campaña de promoción en mobiliario urbano, del 9 al 15 de marzo, con el lema “Donde ves un conflicto, nosotros una solución”, que se exhibió en dos circuitos de marquesinas de autobuses repartidos por toda la ciudad. Como resultado de esta campaña y de otras acciones complementarias, se han contabilizado nuevas adhesiones, alcanzando un total de 3411 empresas madrileñas adheridas al Sistema Arbitral de Consumo al finalizar el ejercicio.

Desarrollos informáticos para la Junta Arbitral de Consumo

Durante el año 2020, se ha seguido profundizando en la gestión de las solicitudes de arbitraje a través de la aplicación SIGSA, basada en el expediente electrónico. Se ha trabajado en la implantación de la notificación electrónica y se ha dado continuidad a la utilización en Data Warehouse (Business Intelligence) para la explotación estadística de forma rápida y ágil de los datos relativos al procedimiento arbitral de consumo.

Otras actuaciones

Arbitraje turístico: en virtud del convenio de colaboración suscrito anualmente en materia de Consumo entre el Ayuntamiento de Madrid y la Comunidad de Madrid, el IMC elaboró un

protocolo de actuaciones para el fomento del arbitraje turístico en coordinación con la Comunidad de Madrid, que fue implantado en 2013 y que continúa en vigor. Durante el ejercicio 2020 se han recibido en la Junta Arbitral del Ayuntamiento de Madrid 9 solicitudes de arbitraje turístico (agencias de viajes).

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 personas consumidoras, principalmente a los colectivos más vulnerables y también a los comerciantes, interviniendo así sobre las dos partes que integran las relaciones 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 ellos, habiendo sido necesario hacer un ajuste en la programación inicialmente efectuada, ante la imposibilidad de desarrollarse la mayoría de ellos de forma presencial, tal y como estaba previsto inicialmente.

2.1 Programa de formación en consumo

Acciones formativas dirigidas a las personas consumidoras

El Programa de formación en materia de consumo 2020 recogía distintas acciones formativas, teniendo un carácter similar al ejecutado en 2019, que iban dirigidas a los colectivos de los escolares, las personas con discapacidad, la población inmigrante y a las personas mayores. En total estaban previstas 1359 acciones formativas para estos colectivos que, finalmente han contado con 21.043 participantes.

El Delegado del Área de Gobierno de Economía, Innovación y Empleo, acompañado del Concejal Presidente del distrito de Hortaleza, presentaron el 3 de marzo las actividades dirigidas a las personas mayores en el Centro Municipal de Mayores Huerta de la Salud, del distrito de Hortaleza, a través de un punto informativo, donde se repartió la Guía de “Las personas mayores y el consumo”, además de otros folletos divulgativos de interés para este colectivo, y se atendieron las consultas de las personas que se acercaron al mismo.

Los resultados obtenidos se consideran muy satisfactorios, teniendo en cuenta que los centros educativos y los centros de mayores han estado cerrados durante meses, con motivo de la crisis sanitaria. Así, la mayor parte de las acciones formativas programadas han podido realizarse, en concreto, todos los talleres escolares y sesiones para adultos. No así las programadas en centros municipales de mayores.

Comparativamente con el año anterior hay un descenso en el número de personas consumidoras formadas, todo ello, debido a la pandemia COVID-19, ya que, por motivos de prevención y seguridad en las aulas, las sesiones formativas realizadas tuvieron menor número de asistentes, con carácter general.

Las acciones formativas se han desarrollado en 81 centros escolares, 2 centros de inmigrantes y personas con discapacidad, 11 centros de educación de adultos y 2 centros municipales de personas mayores. Se distribuyen en cuanto a su tipología en talleres escolares, gymkhanas de consumo, supermercado itinerante, sesiones formativas en centros de adultos y puntos informativos en centros municipales de mayores.

Talleres de consumo

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

El número total de talleres celebrados en 2020 ascendió a 1280, dato que coincide con los programados. Fueron presenciales y en ellos participaron 19.655 alumnos/as. Las temáticas de los talleres las eligieron los propios centros, dentro de una variada oferta, en las que tiene un peso importante el fomento de un modelo de consumo responsable, en línea con los Objetivos del Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas.

OFERTA TEMÁTICA DE TALLERES DE CONSUMO 2020
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

OFERTA TEMÁTICA DE TALLERES DE CONSUMO 2020
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

La evaluación efectuada al final del conjunto de todos los talleres realizados arroja una valoración media de 4,73 puntos sobre 5, superando a la valoración del pasado ejercicio que fue 4,55, lo que permite concluir que existe un grado notable de satisfacción de los destinatarios y que esta actividad formativa ha cumplido las expectativas de los centros solicitantes.

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

En línea con el Programa de Asesoramiento en la Gestión de la economía doméstica que se ha venido desarrollando en la OMIC, se ha mantenido dentro de la oferta de talleres uno dedicado a formar a los escolares a gestionar mejor su propio presupuesto personal. De esta materia específica se desarrollaron un total de 53 talleres, 9 de ellos impartidos en grupos de enseñanza primaria y 44 en secundaria. Estos talleres específicos han tenido buena acogida, como demuestra la valoración obtenida de 4,88 puntos sobre 5.

Otra de las temáticas que ha despertado mayor interés en los centros educativos es la de fomento del consumo sostenible y el Comercio Justo. En 2020, se han desarrollado, a solicitud de los centros educativos, 342 talleres de consumo sostenible en diferentes niveles del ciclo educativo y 48 talleres específicos de Comercio Justo.

Gymkhanas de consumo

Las gymkhanas de consumo están enfocadas a los colectivos de las personas discapacitadas e inmigrantes. En ellas se plantea la realización práctica de varias pruebas que deben superar los 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 2020 se han desarrollado 4 gymkhanas de consumo, con un total de 50 personas participantes. En la evaluación efectuada por éstos se otorga una puntuación media de 5 puntos sobre 5, alcanzado la máxima valoración.

Supermercado itinerante

Esta suele ser una de las actividades más demandadas por su formato especialmente práctico e interactivo, que consiste en la representación física de un supermercado. Aunque este año, debido a la pandemia COVID-19, ha habido menor número de solicitudes de esta acción formativa, por motivos de seguridad, ya que suele exigir la manipulación de materiales y es difícil de compatibilizar con los protocolos de protección establecidos en los centros destinatarios.

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. Se dirige a las personas inmigrantes o con discapacidad. En 2020 se desarrollaron 3 supermercados, con 50 participantes. En la evaluación efectuada se le otorga una puntuación media de 3,86 sobre 5, si bien el número de actividades realizadas es poco significativo.

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. La previsión era efectuar 1 acción en cada distrito, para lo cual se contaba con la participación de 21 centros de mayores, en los que durante tres horas personal técnico en consumo se encarga de atender 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.

Debido a la suspensión del programa de formación en consumo en centros de mayores del Ayuntamiento de Madrid, de acuerdo con lo previsto en la “Resolución de 6 de marzo de 2020, de la Dirección General de Salud Pública de la Comunidad de Madrid, por la que se adoptan medidas en materia de salud pública en relación con la actividad de los centros de mayores, en las tipologías de hogares y clubes y servicios de convivencia familiar y social”, únicamente se han podido realizar las actividades en 2 distritos, frente a las 21 programadas, concretamente, los días 3 y 5 de marzo, en los CMM Huerta de la Salud y CMM Perez Galdós, respectivamente.

Durante estas sesiones, 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. En esta ocasión, solo se pudieron distribuir 500 guías de las 5880 previstas. Esta ha sido la actividad

formativa más afectada, ya que los centros de mayores han permanecido cerrados hasta el fin del año 2020.

A las personas atendidas 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 27 encuestas realizadas indican que ha habido una mayor participación de mujeres - un 70% frente al 30% 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 33% indican no saber cómo formular una reclamación y un 37% no conoce la forma de solicitar información sobre consumo. La mayoría de las personas mayores encuestadas ve muy adecuada que esta información se les acerque a través de los centros de mayores.

Sesiones formativas para personas adultas

Estas sesiones, de dos horas de duración, 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
- 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 todas las sesiones formativas programadas, un total de 70, en 11 centros de formación de personas adultas de la ciudad de Madrid. Estas sesiones formativas contaron con 761 asistentes. El mayor número de ellos ha elegido la temática de “Minimización, separación y reciclaje. La fracción biorresiduo”. La evaluación global de las sesiones formativas arrojó una puntuación de 4,87 puntos sobre 5.

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

Dentro del programa de formación 2020, 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 Estas 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.

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

Los técnicos encargados de su ejecución proporcionaron información verbal sobre estos temas y facilitaron la dirección de la página web del Ayuntamiento para poder acceder a más información adicional. No obstante, además, este año en la hoja de visita que rellena el técnico se recogió la dirección de correo electrónico con el fin de enviar a cada establecimiento visitado un enlace con el que acceder a la información que en años anteriores se había entregado en soporte físico.

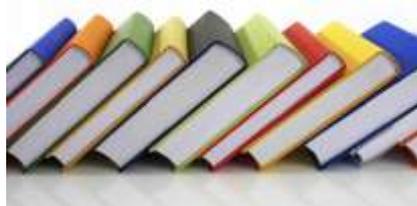
En el Programa de Formación en Consumo 2020 se han realizado visitas personalizadas a 700 establecimientos. Las zonas de actuación seleccionadas han sido los distritos de Retiro, Centro, Chamartín, Vicálvaro y Latina. La distribución de establecimientos por zonas visitadas ha sido la siguiente:

ZONAS Y ESTABLECIMIENTOS VISITADOS (2020)	
ZONA	N.º DE ESTABLECIMIENTOS VISITADOS
CHAMARTÍN - COSTA FLEMING	75
LATINA	236
CENTRO - MALASAÑA	65
RETIRO	192
VICÁLVARO	132
TOTAL	700

Del total de 700 establecimientos visitados, el 99% disponía de hojas de reclamaciones y el 96% exhibía el cartel informativo y al resto se les ha facilitado información sobre como solicitarlas y obtenerlas gratuitamente. Son datos que reflejan una clara mejoría de situación del mercado con respecto a lo observado en campañas anteriores.

Al respecto del conocimiento sobre el Sistema Arbitral de Consumo, un 6% reconoce saber en qué consiste, aunque únicamente un 2% se encontraba ya adherido. De los establecimientos visitados, 496 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. Este bajo conocimiento invita a seguir promocionando el conocimiento y las adhesiones a través de campañas de difusión.

Resumen del programa de formación en materia de consumo



En síntesis, el programa de formación en consumo correspondiente al ejercicio 2020 comprendió un total de 2.059 acciones formativas. Representa un ligero descenso, con respecto al año anterior, en el que se realizaron 2115, pero el resultado es muy favorable teniendo en cuenta las difíciles circunstancias en las que ha tenido que desarrollarse el programa. También ha disminuido el número de participantes que, en 2020 fueron 21.743 participantes, frente a los 36.446 del ejercicio 2019. Todo ello, como consecuencia de las restricciones impuestas para la contención de la pandemia. En conclusión, el programa de formación en materia de consumo ha podido desarrollarse casi a pleno rendimiento, a pesar de las restricciones vigentes y el cierre temporal de los centros en donde estaba previsto su desarrollo.

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 50,67 % de hombres y un 49,33% 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 2020					
Destinatarios	Tipo de acción	N.º de acciones	N.º de participantes	Hombres	Mujeres
Personas consumidoras	Talleres de consumo	1280	19.655	10.025	9630
	Gymkhanas de consumo	4	50	22	28
	Supermercado itinerante	3	50	26	24
	Sesiones formativas para personas adultas	70	761	329	432
	Sesiones en centros municipales de personas mayores	2	527	8 ¹	19 ¹
Representantes empresariales	Visitas a establecimientos comerciales	700	700		
TOTALES		2059	21.743		

¹ Este dato recoge únicamente la desagregación de los participantes en las 27 encuestas realizadas en los centros de mayores

2.2 Formación interna. Cursos específicos sobre consumo

El Instituto Municipal de Consumo, en colaboración con la Escuela de Formación del Ayuntamiento de Madrid, propone y coordina cursos específicos dirigidos al conjunto de trabajadores/as municipales cuyo cometido tiene relación con los servicios que el Ayuntamiento de Madrid presta en materia de consumo.

Generalmente, la acción formativa tiene como objetivo fundamental dotar a los/as empleados/as municipales de conocimiento y capacitación técnica para el mejor desarrollo de su labor de atención a través de la OMIC y en las labores de inspección y de arbitraje.

En algunos de los cursos se mantiene un enfoque más amplio, dirigiéndose al conjunto de la plantilla municipal, para mejorar el conocimiento individual sobre los derechos de las personas consumidoras y de fomentar un consumo responsable de productos y servicios.

Como consecuencia de la declaración de pandemia por la Organización Mundial de la Salud (OMS) el 11 de marzo del 2020, toda la formación presencial fue paralizada durante el estado de alarma declarado por el gobierno de España, lo que obligó a la transformación de cursos

presenciales en virtuales para sostener la formación especializada en materia de consumo en 2020, en la medida de lo posible.

Así, se transformaron en virtuales los cursos: “RD Ley 23/2018 de 28 de diciembre de transporte ferroviario, viajes combinados y servicios de viajes vinculados”, al que se incorpora materia en relación con las reclamaciones surgidas con motivo de la pandemia y las numerosas suspensiones de viajes contratados y el curso sobre “Comercio Justo y consumo sostenible”. A finales del 2020, con las medidas de seguridad que la pandemia requería, se realizaron dos ediciones presenciales del curso sobre procedimiento sancionador en consumo.

En el año 2020, 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 2020			
Título del curso	Ediciones	N.º de horas	N.º de alumnos/as
RD. Ley 23/2018 de 28 de diciembre de transporte ferroviario, viajes combinados y servicios de viajes vinculados	1	15	28
Seguridad de los productos	1	15	14
Consumo sostenible y comercio justo	1	21	32
El procedimiento sancionador en consumo	2	30	30*
TOTALES	5	81	104

*Se redujo el número de alumnos por edición por el cumplimiento de las normas anti COVID.

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 2020, 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 2020		
	N.º acciones formativas	N.º participantes
Programa de formación en consumo	2059	21.743
Formación empleados/as del Ayuntamiento de Madrid	5	104
TOTAL	2064	21.847

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 que haya nuevos 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 2020

- ✓ 19 códigos sectoriales aprobados
- ✓ 2 códigos actualizados
- ✓ 139 expedientes de adhesión de empresas tramitados
- ✓ 54 nuevas adhesiones
- ✓ 1639 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 2020 se ha procedido a la actualización del contenido de dos de estos códigos, los correspondientes a los sectores de:

- Comercio de Juguetes
- Hoteles.



Ambos códigos se han editado en versión digital e impresa, habiéndose producido 1000 ejemplares de cada uno de ellos para su distribución a nivel de las diferentes empresas pertenecientes a cada sector.

Como material de apoyo, y de forma complementaria, se han actualizado y normalizado los protocolos de autocontrol correspondientes a ambos sectores, que se encuentran disponibles en formato electrónico en la página web corporativa, así como en versión impresa.

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

Durante 2020, debido a la pandemia COVID-19 no se ha podido realizar la campaña de comunicación directa y personalizada a nivel empresarial desarrollada anualmente, ni tampoco la campaña de comunicación por correo dirigida a las empresas pertenecientes a los sectores objeto de CBP que también se realiza todos los años, motivo por el cual el fomento de las adhesiones a los CBP se ha visto algo reducido con respecto a los datos del ejercicio anterior. No obstante, el número de empresas adheridas a los códigos de buenas prácticas sigue manifestando una tendencia creciente.

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 empresas y personas consumidoras.

Durante el año 2020 se han tramitado un total de 139 expedientes de adhesión a CBP. Dicha tramitación ha dado lugar a 19 bajas, 36 renovaciones de adhesión en el sector empresarial de Restauración y ocio nocturno y 54 nuevas adhesiones correspondientes a los sectores de comercio de Textil y Calzado, con lo que el número de establecimientos adheridos a CBP al finalizar el ejercicio 2020 es de 1639.

Línea de acción IV

Investigación y control del mercado

Esta línea de acción está encaminada a la realización de aquellas funciones que permitan que la ciudadanía pueda tener confianza en que los productos y servicios puestos a su disposición en el mercado respetan lo establecido en la normativa vigente 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 general o específica.

Debido a la pandemia y a la declaración del estado de alarma, se vio afectado el control del mercado respecto de las campañas programadas en inspección, dando lugar a la supresión de alguna de ellas y a la nueva protocolización de otras que no estaban previstas como, por ejemplo, una dedicada al control de mascarillas. Por otro lado, ante el cierre temporal del comercio no esencial y el auge de la compra on-line, se incrementaron notablemente las inspecciones a las páginas web de venta de productos y servicios, dándose también prioridad a la campaña de seguridad de los productos.

En cuanto a las denuncias, debido a la paralización temporal de los plazos administrativos y por consecuencias sobrevenidas derivadas de la situación acontecida, apenas se presentaron denuncias en el primer semestre del año, y fue a partir del segundo semestre cuando aumentó el número de estas.

Finalmente, al respecto a la actividad sancionadora, al igual que en los casos anteriores, ha experimentado una disminución en la gestión de expedientes al estar condicionada la actividad inspectora posible a consecuencia de la pandemia, del menor número de denuncias presentadas y la suspensión de los plazos administrativos decretado por el gobierno.

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 2020 dos informes, referidos al análisis del Reglamento (UE) 2019/1020 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 20 de junio de 2019, sobre vigilancia del mercado y conformidad de los productos, y al proyecto de modificación de la Ordenanza reguladora del taxi.

4.2 Actividades de inspección

La inspección de consumo en cifras en 2020:

- ✓ N.º campañas de inspección 13
- ✓ N.º inspecciones en campaña 8021
- ✓ N.º de actuaciones fuera de campaña 393
- ✓ Total, inspecciones en campaña y fuera de campaña 8414
- ✓ N.º productos controlados 5294
- ✓ N.º de actas levantadas en total en actuaciones de campaña y fuera de campaña 2855

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

Para la consecución de estos 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.

DATOS POR CAMPAÑA DE INSPECCIÓN. AÑO 2020			
Campañas	Inspecciones realizadas	Productos controlados	N.º de Actas
REALIZADAS POR SERVICIO DE INSPECCIÓN DE CONSUMO + DISTRITOS MUNICIPALES			
Toma de muestras	45	45	45
Seguridad de los productos (Red de Alerta)	1158	0	333

DATOS POR CAMPAÑA DE INSPECCIÓN. AÑO 2020			
Campañas	Inspecciones realizadas	Productos controlados	N.º de Actas
Campaña de Navidad	304	1480	57
Control general de establecimientos	2413	1698	915
Promoción de ventas	1341	0	N/A
Venta por Internet	888	0	585
Etiquetado Mascarillas Higiénicas	1169	1169	535
SUBTOTAL	7318	4392	2470
REALIZADAS POR SERVICIO DE INSPECCIÓN DE CONSUMO (IMC)			
Campañas:			
Bazares (Productos eléctricos y juguetes)	119	651	84
SUBTOTAL	119	651	84
REALIZADAS POR DISTRITOS MUNICIPALES			
Campañas:			
Control general de venta ambulante y mercadillos	289	251	77
Servicios de Asistencia Técnica (Móviles y electrónica)	71	0	31
Clínicas Dentales	127	0	60
Gasolineras	11	0	4
Talleres de automóviles	86	0	41
SUBTOTAL	584	251	213
TOTAL, CAMPAÑAS	8021	5294	2767
OTRAS ACTUACIONES			
Actuaciones por denuncias y reclamaciones	390	0	86
Actuaciones de oficio y no programadas	3	0	2
TOTAL, OTRAS ACTUACIONES	393	0	88

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

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

El Servicio de Inspección de Consumo, a través de la Oficina de Investigación de Consumo ha registrado en 2020 la entrada de un total de 390 expedientes remitidos por el Servicio de Información al Consumidor, las unidades de consumo de los distritos y la Administración del Estado o la Comunidad de Madrid (Dirección General de Comercio y Consumo), al apreciarse en ellas alguna irregularidad que requiere la realización de actuaciones inspectoras en aplicación de las normativas de consumo, comercio o espectáculos públicos y actividades recreativas.

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

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

- Elaboración de informes motivados en los que se ha apreciado similar responsabilidad administrativa, pero en los que el Ayuntamiento de Madrid se ha visto obligado a inhibir actuaciones y dar traslado de 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 un total de 84 páginas web relativas a la prestación en el municipio de Madrid de servicios de electricidad-antenistas (44) y de fontanería- mantenimiento de instalaciones de gas (40), por los presuntos incumplimientos de la normativa de protección de datos que se detallaban en la denuncia, principalmente como consecuencia de omisión de información obligatoria en la materia.
- Denuncia motivada a la Subdirección General de Inspección de las Telecomunicaciones e Infraestructuras Digitales, adscrita a la Secretaría de Estado de Telecomunicaciones e Infraestructuras Digitales contra las empresas titulares de un total de 86 páginas web relativas a la prestación en el municipio de Madrid de servicios de electricidad-antenistas (44) y de fontanería- mantenimiento de instalaciones de gas (42), por incumplimiento en diverso grado de obligaciones informativas que les incumben en su condición de prestadores de servicios de la sociedad de la información.
- 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.
- Traslado a la Dirección General de Consumo (Ministerio de Consumo), con propuesta de inspección en relación con 4 páginas web de servicios de obtención de certificados administrativos que no ofrecen información precontractual clara acerca de las características principales del servicio prestado, en especial del precio del contrato, puesto que sus respectivas mercantiles tienen su domicilio social fuera de la Unión Europea.
- Traslado a la Dirección General de Turismo de la Comunidad de Madrid de las reclamaciones presentadas contra 6 empresas por corresponder a controversias referidas a servicios o establecimientos turísticos.

La actuación inspectora realizada durante 2020 por la OIC ha permitido identificar responsabilidad administrativa por presuntos incumplimientos de la normativa de protección de consumidores, principalmente en los siguientes sectores: enseñanzas no regladas, transporte de mercancías, espectáculos públicos, servicios inmobiliarios, comercio electrónico y locales de juego.

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

En la inspección realizada durante 2020 en reclamaciones o denuncias por cancelación de espectáculos públicos o cierre temporal de locales, se ha constatado un elevado grado de incumplimiento del derecho de las personas consumidoras a resolver, sin ser penalizado por ello, el contrato cuya ejecución haya devenido de imposible cumplimiento por parte como consecuencia de las medidas adoptadas en la gestión de la crisis sanitaria provocada por la COVID-19.

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

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

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

En la siguiente tabla se resumen las actuaciones realizadas en este ámbito durante el año 2020:

Actuaciones Red de Alerta. Año 2020	
Actuaciones totales	1158
Actas levantadas	333
Número de artículos retirados	2810
Número de alertas controladas	296
Número de alertas localizadas	150

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 2020, ha sido de 156 y la cuantía de las multas impuestas ascendió a 899.639 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 diversas reuniones técnicas, en materia de inspección y control del mercado con asociaciones, entidades y organismos públicos, entre otros: Endesa, Mad Cool Festival S.L., Madrid Salud, Agencia de Actividades y Policía Municipal.

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 las personas consumidoras.

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 2020, 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

En este ámbito se desarrolla toda una serie de acciones divulgativas destinadas al público en general, como son las campañas informativas en mobiliario urbano, que tienen por objeto dar a conocer los servicios que presta el Ayuntamiento de Madrid y sirven también para la promoción de un modelo de consumo sostenible y del Comercio Justo, al contar Madrid con la acreditación de “Ciudad por el Comercio Justo” dentro de la Campaña Internacional de ciudades.

La labor divulgativa se extiende también a través de la elaboración de nuevos contenidos como folletos, guías, recomendaciones en materia de consumo, así como la actualización de publicaciones existentes y de códigos de buenas prácticas sectoriales.

Por otra parte, se mantiene una intensa actividad de actualización de 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 promover un comercio de calidad mediante la suscripción de acuerdos voluntarios y mejorar el cumplimiento de la normativa de consumo por parte del sector comercial.

Las especiales circunstancias de la pandemia iniciada en 2020 y su repercusión sobre las relaciones de consumo, así como los frecuentes cambios normativos que han ido produciéndose durante el estado de alarma, han determinado que, dentro de la acción divulgativa, este año se haya incidido particularmente en la publicación de extensos contenidos, como el especial informativo dedicado al COVID-19, que ha sido objeto de actualización permanente. Sin embargo, debido precisamente a la pandemia, no ha sido posible realizar las habituales campañas de información directa en ejes comerciales o en mercadillos en colaboración con las asociaciones de consumidores, ni tampoco la distribución de material divulgativo que conllevaban estas acciones.

Para agilizar la divulgación y comunicación sobre consumo, en mayo de 2020, el IMC creó sus propias redes sociales en Twitter e Instagram y comenzó a trabajar en la estructura y contenidos para el desarrollo de una nueva página web específica del área de economía, en la que se refleja, entre otros aspectos, toda la actualidad sobre consumo y cómo relacionarse con los servicios administrativos que se ofrecen a la ciudadanía en esta materia.

5.1 Elaboración de material divulgativo

Guías y folletos

Esta actividad tiene como fin proporcionar información general o sectorial sobre consumo a toda la ciudadanía. Para ello, se ha trabajado en la elaboración de nuevos materiales divulgativos y también a la actualización de otros. Se trata de folletos, guías, Códigos de Buenas Prácticas y cartelería para las campañas de sensibilización y de promoción de los servicios. En total se han desarrollado 11 materiales, con una tendencia creciente hacia la digitalización de contenidos, en detrimento del material impreso.

RELACIÓN DE MATERIALES DIVULGATIVOS 2020		
Material	Tipo	Acción
Obligaciones generales que deben cumplir los establecimientos comerciales en materia de consumo	Tríptico	Impresión y presentación pública
Guía del viajero. Si viajas conoce tus derechos	Guía	Impresión y promocional en web
Black Friday. Tus compras con garantías y sin complicaciones	Guía	Nuevo material digital y presentación pública
Los derechos de las personas consumidoras en la compra y alquiler de vivienda	Guía	Nuevo material digital/Impreso y presentación pública
Consejos para el consumo en Navidad (Actualización)	Guía	Digital y promocional en web
Código de buenas prácticas “Sector talleres de reparación de automóviles	Código	Impresión
Código de buenas prácticas “ Sector Hoteles”	Código	Actualización Digital/Impreso
Código de buenas prácticas “ Comercio de juguetes”	Código	Actualización Digital/Impreso
Carteles campaña promoción Sistema Arbitral de Consumo	Carteles	Impresión y exhibición
Carteles campaña Día Mundial del Comercio Justo y mes Fairtrade	Carteles	Impresión y exhibición
Protocolos de autocontrol de Códigos de Buenas Prácticas	Otros	Digital/impreso

Con objeto de servir de base a la presentación pública de una extensa guía elaborada el año anterior, “Obligaciones generales que deben cumplir los establecimientos comerciales en materia de consumo”, se llevó a cabo su impresión. Se trata de una guía dedicada al empresariado, en la que se resumen sintéticamente muchos aspectos que, en materia de protección de los derechos de las personas consumidoras, debe tener en cuenta el sector empresarial en la comercialización de productos y servicios.

Se editó en forma impresa la guía “Si viajas conoce tus derechos” que describe los derechos de los pasajeros en los distintos medios de transporte, así como cuestiones específicas referidas a la contratación de viajes combinados y alojamientos turísticos. Se realizó también un contenido promocional y una nota de prensa, por su oportunidad, teniendo en cuenta las múltiples cancelaciones de vuelos y de otros tipos de viajes que se produjeron como consecuencia de la pandemia.



Entre los nuevos materiales divulgativos desarrollados destaca la elaboración de una extensa guía sobre los derechos de las personas consumidoras en la compra y alquiler de vivienda para fomentar el conocimiento general en un aspecto tan importante en la economía personal o familiar. En ella se describen las obligaciones esenciales del sector empresarial en la compra y arrendamiento de vivienda en cuanto a la publicidad, información precontractual, precios, garantías, reclamaciones, contratos, y cláusulas abusivas, entre otros aspectos. La guía se presentó el 16 de noviembre en un acto presidido por la

Vicealcaldesa de Madrid y que fue acompañado de un promocional en la página web y de la correspondiente nota de prensa.



La evolución en los últimos años en cuanto a las tendencias del mercado muestra que, en el entorno del denominado Black Friday, se concentra un alto volumen de consumo, que incluso va convirtiéndose en el más importante del año. Por ello, en 2020, el IMC elaboró una Guía para un consumo responsable e informado en estas fechas, que se presentó el 23 de noviembre en un acto presidido por el delegado del

Área de Gobierno de Economía, Innovación y Empleo, y que fue acompañado de un promocional en la página web y de la correspondiente nota de prensa

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.

En cumplimiento de una de las acciones del Programa de Gobierno de esta legislatura, estos dos últimos materiales divulgativos, dedicaban un apartado destinado a advertir a las personas consumidoras de los riesgos de adquisición de productos a través de la venta ilegal.

Carteles para mobiliario urbano



Para la conmemoración del Día Mundial de Comercio Justo, en el mes de mayo y del mes Fairtrade se imprimieron un total de 330 carteles para para marquesinas de autobuses, con el lema “Tu cesta con lo justo”.

Con motivo del Día de Mundial de los derechos del consumidor y, en paralelo con otras actividades, se realizó una campaña en marquesinas de autobuses para difundir el Sistema Arbitral de Consumo y promover la adhesión de las empresas, imprimiéndose cartelería para su realización.



Códigos de Buenas Prácticas y material de apoyo



Ilustración 1 CÓDIGO DE BUENAS PRÁCTICAS REPARACIÓN DE AUTOMÓVILES

Durante 2020 se imprimieron, además de los dos CBP objeto de revisión y actualización normativa correspondiente a los sectores del comercio de Juguetes (1.000 ejemplares) y del sector Hotelero (1.000 ejemplares), el CBP en el sector de Reparación de automóviles (1.200 ejemplares)

5.2 Actualización del contenido del espacio Web corporativo sobre consumo

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

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

En 2020, destaca especialmente el extenso contenido publicado sobre COVID-19 y su afectación a los contratos y a la adquisición de bienes, constituyendo esta acción de divulgación general una herramienta esencial de apoyo a las personas consumidoras en el ejercicio de sus derechos. Este espacio de actualización permanente ha ido acompañado de algunas notas de prensa y promocionales individuales al publicarse las distintas novedades legislativas, y de píldoras informativas para hacer más sencilla y visual la comprensión de los aspectos más importantes de cada uno de los temas. Entre los temas que comprende este especial informativo se destacan los siguientes:

- Cancelación de contratos de compraventa de bienes y servicios, espectáculos públicos, viajes y vuelos, explicando los pasos a seguir para obtener los correspondientes reembolsos de los importes abonados, especialmente en lo referente a los vuelos cancelados y la posibilidad de elegir entre bonos sustitutorios por parte de las compañías aéreas o el reembolso efectivo
- Ampliación de la cobertura del bono social
- Prohibición de cortes de suministro de gas y electricidad durante el estado de alarma.
- Fraccionamiento de deudas con las compañías operadoras de telefonía
- Medidas en favor de las personas vulnerables en cuanto al alquiler de vivienda
- Normativa sobre mascarillas y geles hidroalcohólicos
- Recomendaciones sobre compra online
- Cambios y devoluciones de compras durante el estado de alarma
- Ampliación de plazos para la renovación de la ITV después de la finalización del confinamiento domiciliario
- Suspensión de los plazos administrativos y judiciales durante el estado de alarma
- Recomendaciones sobre préstamos personales con aval ICO y créditos al consumo
- Advertencias sobre la peligrosidad de los productos anunciados como “milagro” frente al COVID-19
- Prohibición de los recargos en establecimientos por el cumplimiento de medidas higiénicas y de seguridad frente al coronavirus
- Servicios funerarios
- Mascarillas y geles hidroalcohólicos.

Así mismo, se ha procedido a la actualización de los 17 espacios de información sectorial, que durante 2020 se han ido adaptando a las diversas modificaciones legislativas que han entrado en vigor. Por otra parte, se han modificado los contenidos necesarios para informar de las tarifas y precios de los combustibles vigentes en cada momento. Además, se ha incluido toda la información relativa a la Carta de Servicios de la OMIC. En total este proceso ha comportado 526 actualizaciones de la página web solo en lo que respecta a la OMIC, siendo este un indicador de su carta de servicios.

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 2020, especial esfuerzo en realizar una revisión exhaustiva y en actualizar los datos correspondientes a las empresas adheridas al Sistema Arbitral de Consumo (3.411) y a los Códigos de Buenas Prácticas (1.639). Se han incorporado los folletos de Códigos de Buenas Prácticas que han sido editados este año: talleres de reparación de automóviles, Juguetes y Hoteles, así como el material complementario correspondiente.

En la información destinada a empresarios, se han incluido los protocolos de las todas las campañas de inspección programadas para el año 2020, así como los resultados de las evaluaciones de las del ejercicio anterior.

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

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

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.

PROMOCIONALES EN WEB

Otros espacios destacables son los promocionales como contenidos destacados en la página principal, en los que se trata de hacer llegar al público objetivo recomendaciones más específicas sobre temas concretos de actualidad, noticias en fechas o eventos señalados, así como información sobre las campañas en curso o sobre los nuevos materiales divulgativos desarrollados. En 2020 destacan los siguientes promocionales:

- Nueva edición del Premio Europeo para ciudades sobre Comercio Justo y ético
- Derechos de las personas consumidoras en caso de cancelación de vuelos

- Guía "si viajas conoce tus derechos"
- Información sobre atención OMIC
- Tus derechos como consumidor/a. Día Mundial de los derechos del consumidor
- Nota informativa sobre atención al público en la Junta Arbitral
- Moratoria de plazos en arbitraje de consumo
- Especial COVID y píldoras informativas
- Mascarillas
- Día Mundial del Comercio Justo
- Campaña informativa para comerciantes
- Cancelación de viajes por cierres perimetrales
- Nueva guía sobre compra y alquiler de vivienda
- Black Friday
- Guía sobre consumo sostenible en Navidad

5.3 Nueva página web corporativa “madrideseconomia”

Durante el ejercicio 2020 el IMC, junto con las demás direcciones generales del Área de Economía, Innovación y Empleo, se ha involucrado en el diseño de la estructura y contenidos de una nueva página web, integrada en el sistema corporativo y dedicada plenamente a los servicios y actividades que desarrolla esta área, de modo que pueda ofrecerse una información más directa y ágil a todos los interesados: empresas y ciudadanía.

En lo que respecta a los contenidos de consumo, esta página se estructura en un menú que presenta distintos espacios destinados a: actualidad de consumo, información a las personas consumidoras, información para empresas, inspección de consumo, arbitraje de consumo, Comercio Justo y divulgación sobre consumo. En 2020 se han desarrollado la mayoría de los contenidos y se han establecido los enlaces con la página web corporativa del Ayuntamiento de Madrid. Está prevista su publicación para el próximo ejercicio.

5.4 Redes sociales del Instituto Municipal de Consumo

Con el fin de mejorar y desarrollar las competencias de información y protección de los derechos de las personas consumidoras y usuarias, en el marco de un uso cada vez mayor de medios digitales a través de buscadores tipo Google, o directamente desde la web municipal, el IMC, consciente del valor e impacto que actualmente tienen las redes sociales como sistema de comunicación pública, ha creado dos canales institucionales en Twitter e

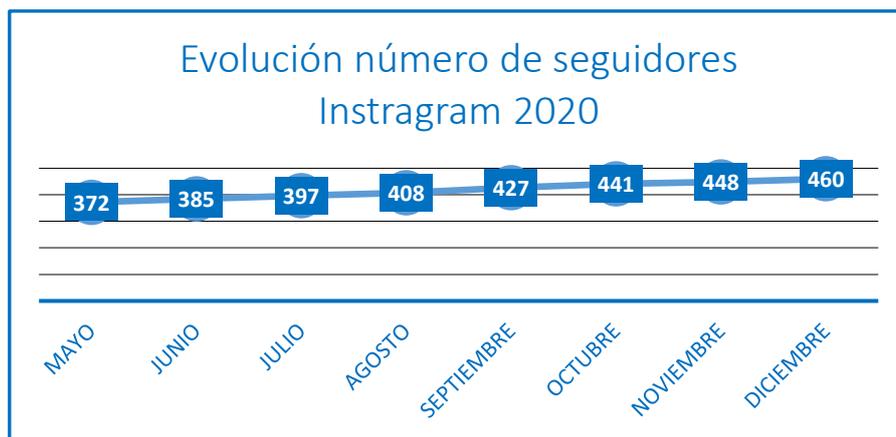
Instagram (consumomadrid), para poder interactuar de manera más rápida y directa con la ciudadanía, incluyendo publicaciones diarias sobre información general o sectorial en materia de consumo, así como novedades legislativas y noticias de interés.

Instagram



En esta nueva red, creada a partir de mayo se han realizado 152 publicaciones durante el ejercicio 2020, que han generado un total de 29.993 impresiones

Desde el lanzamiento de la cuenta Consumo Madrid en Instagram (<https://www.instagram.com/consumomadrid/>) el 20 de mayo de 2020, la evolución del número de seguidores va mostrando una tendencia continuada de crecimiento.



Twitter



La cuenta de Twitter del IMC (<https://twitter.com/consumomadrid>), lanzada también el 20 de mayo, ha tenido también una tendencia de continuado crecimiento en cuanto al número de seguidores a lo largo del año, tal y como refleja el siguiente gráfico:



En Twitter se han realizado, desde mayo de 2020 un total de 489 publicaciones que han generado 239.074 impresiones.

5.5 Campañas, actos y eventos de comunicación sobre consumo

Campañas

En el ejercicio 2020 se han realizado las siguientes campañas de comunicación:

Fomento del Sistema Arbitral de Consumo. Con la finalidad de dar a conocer este sistema extrajudicial de resolución de conflictos, su símbolo identificativo y fomentar la adhesión de las empresas, se desarrolló una campaña en dos circuitos de marquesinas, entre el 9 y el 15 de marzo.

Día Mundial del Comercio Justo. En 2020, con motivo de la pandemia, no se pudo celebrar esta conmemoración, como en años anteriores, mediante el desarrollo de actividades lúdicas en la calle, si bien desde el Ayuntamiento de Madrid se apoyó dicha efeméride mediante una campaña divulgativa desarrollada en marquesinas de autobuses del 4 al 17 de mayo.

Open day de Comercio Justo. Con ocasión de la celebración en octubre del mes Fairtrade se volvió a exhibir la misma cartelería, en dos circuitos de marquesinas, del 12 al 18 de octubre.

Campaña especial COVID-19. Esta campaña ha tenido un carácter plenamente digital, desarrollándose numerosos contenidos en web, en redes sociales y también a través del blog del Ayuntamiento de Madrid, teniendo por objeto una difusión inmediata y permanente de las novedades legislativas introducidas como consecuencia del estado de alarma.

Campaña de Navidad y Black Friday. Desarrollada también por medios digitales, para la promoción de un consumo responsable e informado en estas fechas tan señaladas. Publicación de contenidos divulgativos en web, de post en el blog del Ayuntamiento de Madrid y de contenidos en redes sociales, además de presentación pública.

Actos institucionales y prensa

La Dirección General del IMC ha organizado o participado a lo largo de 2020 en 7 actos institucionales:

- Presentación por parte del delegado de guía informativa “Obligaciones generales que deben cumplir los establecimientos comerciales en materia de consumo”, celebrado en el Salón de Plenos de la JMD de Retiro, el 2 de marzo.
- Presentación por parte del delegado del Área de Economía, Innovación y Empleo y del concejal del distrito de Hortaleza, de la instalación de puntos informativos de consumo en centros de mayores. Acto celebrado el 3 de marzo en el Centro de Mayores Huerta de la Salud.
- Jornada “Paradigma para los actores de la seguridad en el consumo”, celebrada en la sede de CEIM el 10 de febrero de 2020, interviniendo la Directora General con una ponencia y en el acto de clausura de la jornada.
- Apertura de la asamblea Anual de la Plataforma Madera Justa, celebrada el 3 de noviembre y organizada por la Fundación Copade con la que se tiene establecido un convenio de colaboración en este ámbito.
- Presentación de la Guía de Vivienda, en acto celebrado en la Sala de Prensa del Palacio de Cibeles el 18 de noviembre presidido por la Vicealcaldesa de Madrid.
- Acto de presentación de la campaña “Black Friday”, presidido por el delegado del Área de Economía, Innovación y Empleo, y celebrado el 23 de noviembre en la Sala de Prensa del Palacio de Cibeles.
- Acto de Consumo en Navidad, celebrado en el Palacio de Cibeles el 16 de diciembre, presidido por la Vicealcaldesa de Madrid y con asistencia de las asociaciones de consumidores y las organizaciones empresariales con las que tiene firmado convenio el Ayuntamiento de Madrid, presentando las actuaciones en materia de consumo realizadas durante la pandemia.

La actuación en materia de divulgación y comunicación ha dado lugar en 2020 a la publicación de 15 notas de prensa o inserciones en el blog del Ayuntamiento de Madrid, que han tenido repercusión en distintos diarios y periódicos y que afectan a toda la actividad realizada en materia de consumo.

Línea de acción VI

Participación, colaboración y coordinación en consumo

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

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

6.1 Coordinación y colaboración interadministrativa

Colaboración y coordinación con los Distritos

El Acuerdo de 27 de junio de 2019 de la Junta de Gobierno de la ciudad de Madrid, de organización y competencias del Área de Economía, Innovación y Empleo, atribuye al IMC la competencia de fijar directrices y establecer criterios técnicos de actuación, a fin de que la acción inspectora y la atención al ciudadano en la OMIC sea homogénea en todo el municipio, así como la de impulsar la coordinación e interlocución con los distritos en materia de consumo manteniendo entre ambos órganos canales de comunicación. En este ámbito en el ejercicio 2020, se realizaron las siguientes actuaciones:

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

Se programó toda la actuación inspectora a desarrollar durante el 2020 por las unidades de consumo de los 21 Distritos, incluyendo las campañas y protocolos de inspección, para lo que se mantuvo una reunión con los representantes de dichas unidades, con el objetivo de debatir aquellas actuaciones y materias que requerían una puesta en común en lo que respecta a dicha actividad.

Como consecuencia de la declaración del brote de SARS-CoV 2 como pandemia por la Organización Mundial de la Salud, el 11 de marzo del 2020, toda la inspección presencial fue paralizada, siendo sustituida temporalmente por la inspección de páginas web, en el desarrollo de la campaña programada relativa a la venta por internet, que se vio fuertemente reforzada dado el auge de la venta on-line en este periodo.

Se elaboró un nuevo protocolo de inspección de venta por Internet y se mantuvo una reunión por vía telemática con todos los Distritos, además de elaborar por parte del IMC distintos documentos de resolución de dudas y cuestiones interpretativas para el correcto desarrollo de dicha campaña.

Tras el Decreto del alcalde de 7 de mayo por el que se determinan los criterios generales de aplicación para la reincorporación escalonada del personal a la actividad habitual en el Ayuntamiento de Madrid, y una vez reabierto el comercio no esencial, se procedió a la restauración de las actividades inspectoras presenciales, en la medida de lo posible, modificando la sistemática de inspección y dotando a dicho personal de los medios de protección necesarios.

Ante la situación sobrevenida, y ante la imposibilidad de acometer la programación de campañas de inspección tal y como estaba en origen, se realizó una propuesta de reestructuración de las campañas programadas para el resto del ejercicio 2020, que fue la siguiente:

- 1 Control general de establecimientos, con la prioridad de los establecimientos de venta de alimentos
- 2 Venta ambulante
- 3 Gasolineras
- 4 Clínicas dentales
- 5 Servicios de asistencia técnica, de móviles y electrónica
- 6 Seguridad de los productos y bazares
- 7 Promoción de ventas
- 8 Talleres de automóviles
- 9 Comercio electrónico
- 10 Navidad.

Por otro lado, se incluyeron campañas que no estaban previstas realizar en 2020 pero que, debido a las circunstancias de la pandemia, se consideró importante llevar a cabo, como la campaña de inspección de mascarillas higiénicas y de tela, y verificar que en todos los establecimientos visitados se observará la adopción de las medidas higiénicas necesarias para garantizar la salud de las personas consumidoras (geles, guantes, marcado de distancias).

En la campaña de seguridad de los productos, participaron dos nuevos Distritos, Arganzuela y Vicálvaro, uniéndose a los de Centro, Chamartín, Chamberí y Usera, que ya comenzaron a hacerlo en 2019.

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.

- Nueva atención telefónica desde las OMIC de los Distritos

La situación epidemiológica provocada por la COVID 19 obligó a suspender la atención presencial que desarrollaban a través del sistema de cita previa las 21 oficinas de la OMIC, en cuanto a las labores de consulta e información a las personas consumidoras. La atención personalizada fue restaurada por vía telefónica en el mes de junio en la OMIC Central, en colaboración con el Servicio de Cita Previa. A partir de ahí, y de manera escalonada, fueron gestionándose desde el IMC las modificaciones necesarias en las agendas de cita previa de cada uno de los distintos, priorizándose la atención telefónica y reduciendo la presencial a lo estrictamente necesario. Se activaron y publicitaron en la página web todos los correos electrónicos genéricos de las 21 oficinas de OMIC distritales, para facilitar el acceso de las personas consumidoras a la función de consulta y gestión de reclamaciones en todas las oficinas.

- Mantenimiento del espacio AYRE/Distritos/Consumo

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

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

Durante el 2020 se ha realizado las siguientes actualizaciones:

- Revisión de consultas e informes publicados, actualización y retirada de contenidos no vigentes.
- Gestión de alegaciones y sugerencias a los protocolos de las campañas de inspección, e informes de respuesta por parte del IMC a las consultas sobre criterios de actuación.
- Reestructuración de la información publicada hasta 2020, con la creación de un nuevo apartado denominado campañas de inspección, constituido por 3 subapartados:

Consultas y Criterios: que recogía finalmente 13 informes, relativos a diferentes sectores inspeccionados.

Protocolos: que incluye todos los protocolos de inspección vigentes

Gimnasios: donde se incorporan todos los documentos contractuales que utilizan las diferentes cadenas de gimnasios y que han sido validados por el IMC y los Distritos.

También, en colaboración con la Oficina de Investigación de Consumo y los Distritos, se comenzó la revisión y actualización del “Procedimiento Específico de actuación ante el cierre de empresas”, pendiente de revisión final y aprobación al final del ejercicio.

- **Distribución de documentación técnica para apoyo a los distritos**

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

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

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

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

Integración con otros planes, proyectos y grupos de trabajo municipales

El IMC ha colaborado con otros servicios y proyectos municipales, a través de la integración en mesas de trabajo, como vocal de los órganos colegiados, o como participante asociado en el consorcio de proyectos. En concreto, en el ejercicio 2020 fueron los siguientes:

- Programa de Gobierno
- Estrategia de localización de los Objetivos del Desarrollo Sostenible
- Mesa del Pacto de Milán
- Consejo de Comercio de la Ciudad de Madrid
- Grupo Ciudades amigables con las personas mayores
- Proyecto Climate Kic.
- Proyecto Europeo Food Wave
- Mesa Estrategia municipal de prevención del trastorno adictivo del juego

- **Programa de gobierno**

El programa de gobierno de esta legislatura comprende un total de 12 acciones cuyo impulso corresponde al IMC. Estas acciones involucran a todos los servicios integrados dentro del

ámbito competencial del IMC y se enmarcan en distintos planos, como los de modificación normativa, de revisión de procedimientos e impulso de su digitalización, de mejoras para los servicios de atención directa al ciudadano y en los canales de información, de fomento del consumo responsable y del Comercio Justo y de refuerzo de servicios municipales como el arbitraje de consumo.

Durante el año 2020 se ha procedido a la definición de las fases que integran las distintas acciones, estableciendo los pesos relativos de estas, sus metas e indicadores de evaluación. Todas las acciones se encuentran iniciadas, con un grado de ejecución avanzado como media.

- **Estrategia de localización de los Objetivos del Desarrollo Sostenible**

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

Así mismo se han determinado los 5 indicadores de evaluación y establecido sus valores de base y sus metas para 2030.

- **Estrategia alimentaria. Mesa del Pacto de Milán**

Apenas unas semanas después de la aprobación de la Agenda 2030 y, con ocasión de la Exposición Universal 2015 en Milán, más de 100 ciudades de todo el mundo, incluida Madrid, firmaron el Pacto de Política Alimentaria Urbana de Milán (MUFPP), el primer protocolo internacional en materia alimentaria impulsado desde el ámbito municipal. Uno de los ejes estratégicos del Pacto de Milán es la gobernanza y, en línea con él, el Ayuntamiento de Madrid constituyó, en febrero de 2016, la Mesa de Seguimiento del Pacto de Milán como espacio de diálogo y puesta en común para promover la coordinación de las áreas de gobierno y la colaboración con la sociedad civil organizada, en la que viene participando el IMC, junto con otras direcciones generales municipales y distintas entidades y agentes sociales.

Fruto de los trabajos de esta mesa se elaboró la “Estrategia de alimentación saludable y sostenible (2018-2020)” en la que quedaron incorporadas una serie de medidas cuyo impulso correspondía a esta dirección general.

Durante el ejercicio 2020, se ha participado en las reuniones de esta mesa y se ha contribuido a la evaluación de sus resultados con el cálculo de los indicadores correspondientes a las medidas que correspondía realizar al IMC.-

- **Consejo de Comercio de la ciudad de Madrid**

El IMC ostenta una de las vocalías de este consejo sectorial que canaliza la participación en materia de comercio. Durante el ejercicio 2020 se ha participado en todas las reuniones convocadas de este consejo.

- **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 al progresivo envejecimiento de la población mundial y a 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.

Este año se ha trabajado en la evaluación del plan estratégico (2017-2019). El IMC ha reportado el cumplimiento del 100% los indicadores y objetivos fijados y ha contribuido 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 2019 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 14.295, en la totalidad del plan.
- 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 al haberse distribuido un total durante todo el plan de 30.680 guías, en 69 puntos de distribución cada año.

- **Proyectos Climate kic y Dear Food Wave**

(Véase la línea de acción VII)

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

A principios del ejercicio se conformó esta mesa en la que se integran distintas áreas de gobierno con objeto de elaborar una estrategia municipal que permita luchar contra la proliferación de este tipo de locales y la ludopatía en nuestra ciudad.

El IMC realizó una serie de estudios previos de revisión legislativa y de análisis de su competencia inspectora en este tipo de locales, que resulta muy limitada, en virtud de lo dispuesto en la Ley 6/2001, del juego en la Comunidad de Madrid. Durante el ejercicio 2020. El IMC ha participado en las reuniones de esta mesa y elaborado una serie de propuestas y observaciones a los documentos preliminares que sirven de base conformar un plan de acción estratégico de prevención en este ámbito.

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 2020 finalizó el convenio suscrito en materia de consumo entre la Comunidad de Madrid y el Ayuntamiento de Madrid. Dado que para el año 2021 dejaría de tener vigencia este convenio, una vez agotadas todas las prórrogas posibles, durante el año 2020 se realizaron las actuaciones pertinentes para elaborar el texto de un nuevo convenio, cuyo periodo de vigencia abarcará los próximos años que permitiera continuar manteniendo el marco de colaboración tan conveniente en materia de consumo con la Comunidad de Madrid, habida cuenta además de los buenos resultados obtenidos hasta la fecha.

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:

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

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

Participación en los órganos de consumo autonómicos

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

A lo largo del año 2020, 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 que son sometidos a informe preceptivo del Consejo.

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 y del resto de vocales que se 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.

Conforme prevé su Reglamento de funcionamiento, el mandato de los miembros de consejo concluye al finalizar la legislatura, por lo que, tras el cambio de esta, se procedió al nombramiento de vocales del consejo a través del Decreto del delegado del Área de Gobierno de Economía, Innovación y Empleo de 2 de julio de 2020.

Se reunió el Consejo en sesión plenaria el 28 de octubre, en la que además se elige vicepresidente entre las asociaciones de consumidores que ostentan las vocalías y se tratan como otros puntos principales del orden del día la previsión de actuaciones para el ejercicio

2021, así como la preparación de los nuevos convenios y las adaptaciones que van a realizarse con motivo de la pandemia, para sostener la atención al ciudadano y la colaboración con las asociaciones, puntos ambos de cuya exposición corre a cargo de la dirección general del IMC.

Colaboración con las organizaciones de consumidores

Durante el año 2020 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 las personas consumidoras

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

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

Las excepcionales circunstancias para las que se aprobó el Real Decreto 463/2020, de 14 de marzo, por el que se declara el estado de alarma para la gestión de la situación de crisis sanitaria ocasionada por la COVID-19, con sus sucesivas prórrogas, llevaron al cierre de la oficina de atención presencial en todas las oficinas municipales, habiendo debido sustituirse la atención presencial por telefónica o telemática con cita previa, dando así continuidad a los servicios prestados. Con esta modificación implementada desde junio de 2020 pudo desarrollarse de modo completo este programa, habiendo sido objeto de valoración muy positiva por parte de sus usuarios/as. Se han ofertado un total de 1470 horas de orientación, desarrolladas por 7 asociaciones de consumidores que forman parte del Consejo Municipal de Consumo (210 horas por asociación).

Sin embargo, hubo que suspender los otros dos programas incluidos en estos convenios al no ser posible instalar puntos de información directa a las personas consumidoras en los lugares donde realizan sus compras: ejes comerciales o mercadillos, en cumplimiento de las medidas de prevención de la expansión de la pandemia.

Convenios de asesoramiento en la gestión de la economía doméstica

En 2020, en ejecución de las adendas de prórroga de los convenios de colaboración con asociaciones integradas en el Consejo Municipal de Consumo, se desarrolló un programa de asesoramiento económico a las personas consumidoras, basado en los principios de gratuidad, confidencialidad e independencia. En el marco de estos convenios se han ofertado un total de 700 horas de asistencia directa a los ciudadanos en OMIC Central.

Este programa pretende en facilitar información útil y concisa, de carácter personalizado, y basada en datos reales de los ingresos, gastos y circunstancias de las personas usuarias, con objeto de ayudar a la gestión de su presupuesto familiar, fomentando el ahorro y el consumo responsable. Se resuelven también las consultas que formulen de carácter económico, en temas como los servicios bancarios, los préstamos hipotecarios o personales, los seguros, la planificación económica para la jubilación, o los problemas del sobreendeudamiento.

Al igual que en el caso del Programa de Orientación Jurídica, ha habido que adoptar medidas excepcionales para garantizar su desarrollo, produciéndose una modificación en las vías de atención a la ciudadanía, que han pasado de realizarse de forma presencial a hacerlo de manera telemática y telefónica, prestando, en todo momento, los servicios de atención a la ciudadanía en la OMIC central.

Convenios para el mantenimiento del sistema arbitral de consumo

En 2020 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 16 Asociaciones de consumidores y 15 Organizaciones empresariales.

Durante este ejercicio han formado parte de los colegios arbitrales de la Junta Arbitral de Consumo del Ayuntamiento de Madrid, 14 Asociaciones de consumidores y 8 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

Durante el ejercicio 2020 ha seguido vigente convenio de colaboración entre el Ayuntamiento de Madrid y siete organizaciones de Comercio Justo: 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 y 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 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 nuestra ciudad y la incorporación de dichos productos en la compra pública.

Línea de acción VII

Fomento del consumo responsable

Una de las competencias que tiene atribuido el IMC es el fomento del consumo responsable y del Comercio Justo. Para su ejercicio, se desarrollan campañas y acciones de sensibilización y promoción de un modelo de consumo económica, ambiental y socialmente sostenible.

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

7.1 Madrid, Ciudad por el Comercio Justo

El Foro Municipal de Comercio Justo

El FM CJ 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.

En 2020 se renovó la composición del Foro con la aprobación del Decreto de 4 de marzo de 2020 del delegado del Área de Gobierno de Economía, Innovación y Empleo del Ayuntamiento de Madrid por el que se nombran Vocales y secretario del Foro Municipal de Comercio Justo.

Actuaciones programadas sobre Comercio Justo en 2020

El Ayuntamiento de Madrid, a través del IMC, en el marco del Programa internacional de "Ciudades por el Comercio Justo" ha continuado con el impulso y fomento del Comercio Justo en nuestra ciudad, mediante el desarrollo de diferentes acciones:

- Se ha procedido a la renovación de la composición del Foro Municipal del Comercio Justo, mediante el Decreto de 4 de marzo de 2020 del delegado del Área de Gobierno de Economía, Innovación y Empleo del Ayuntamiento de Madrid por el que se nombran vocales y secretario del FM CJ.
- Con ocasión de la conmemoración del Día Mundial del Comercio Justo, coincidiendo con el segundo sábado del mes de mayo, dadas las circunstancias especiales del momento, no se pudieron desarrollar actividades en espacio público, como en otras ocasiones (musicales, talleres infantiles, venta y cata de productos, etc.), optando por el desarrollo de una campaña de comunicación en mobiliario urbano bajo el lema

‘Tu cesta con lo justo’, que tuvo lugar del 4 al 17 de mayo, en marquesinas de autobuses distribuidas en 110 puntos diferentes de la ciudad.

- Con motivo de la celebración del 15º aniversario de Fairtrade Ibérica, fue promovida por parte de esta Asociación una publicación especial en el mes de octubre, que incluye una entrevista a la Directora General del Instituto Municipal de Consumo sobre el desarrollo del Comercio Justo en nuestra ciudad.
- Para la celebración del Mes del Comercio Justo, en octubre se llevaron a cabo 2 actividades: la primera, una campaña de comunicación en marquesinas del 12 al 18 de octubre y la segunda: la difusión en redes sociales de la donación de 800 Kilos de azúcar al banco de alimentos de Cáritas por parte de Fairtrade Ibérica, miembro del FMCJ.
- Durante este curso escolar se han impartido, en el marco del Programa de formación en materia de consumo que desarrolla el IMC, 48 talleres sobre la temática específica de Comercio Justo en centros educativos de nuestra ciudad.
- Se ha dado continuidad a otras actividades tales como la participación en la Red europea de ciudades por el Comercio Justo y con la Integración del Comercio Justo en otras políticas municipales, como la Estrategia de localización de los Objetivos del Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas y la mesa del pacto de Milán.
- Durante las fiestas navideñas se llevaron a cabo acciones de difusión de diferentes contenidos sobre Comercio Justo a través de las redes sociales del Ayuntamiento de Madrid y de las organizaciones de Comercio Justo.
- Respecto a la acción formativa de los empleados municipales cabe destacar la realización del curso sobre “Consumo sostenible y Comercio Justo” (véase la línea de acción II).

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, a lo largo del año 2020 y colaborado en la preparación y difusión

de la segunda edición del premio, que se falló en octubre de 2020 y obtuvo la ciudad de Malmö..

Esta red proporciona una plataforma en la que las ciudades pueden compartir sus buenas prácticas, intercambiar información y experiencias, que sirvan de aprendizaje mutuo a partir de acciones desarrolladas en la práctica en cada una de ellas. Algunas personas y organizaciones externas son invitados ocasionalmente a las reuniones de la red para aprovechar el conocimiento y las mejores prácticas de otros agentes externos a la red.

Los miembros actuales son las ciudades finalistas en la primera y segunda edición de los premios europeos convocados para ciudades por su actividad en Comercio Justo y ético: Bremen, Dortmund, Gante, Gotemburgo, Jelenia Góra, Lyon, Madrid, Malmö, Neumarkt, Saarbrücken y Stuttgart.

7.2 Actuaciones en materia de consumo sostenible

Durante el año 2020, además de las específicas de Comercio Justo, se realizaron 6 acciones de promoción del consumo sostenible, referidas a consumo responsable. Se ha realizado la tradicional campaña de consumo sostenible en Navidad, a la que se añadió en 2020 la de Black Friday.

Se concluyó la actuación de los espacios de consumo sostenible, existentes en tres distritos municipales que estuvieron en funcionamiento hasta el mes de marzo, en el caso de los distritos de Fuencarral-El Pardo y Centro y hasta abril el de Moratalaz. Durante su funcionamiento, y hasta las fechas indicadas se desarrollaron las actividades mensuales previstas en cada uno de ellos, conforme a la planificación establecida, que fueron difundidas a través de la web corporativa.

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

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 2020 de 390 talleres escolares con la siguiente distribución temática:

- Consumo sostenible de productos y servicios: 26
- Consumo y alimentación sostenible: desperdicio alimentario: 161
- Uso sostenible de la energía. Ahorro y eficiencia energética: 15
- Minimización, separación y reciclaje de residuos: 140
- Comercio Justo: 48.

Integración del IMC en el proyecto Climate Kic

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

El papel que corresponde al IMC en esta iniciativa es el de promoción de un modelo de consumo responsable que contribuya al objetivo general de una economía descarbonizada. Ha venido participando desde la sesión de lanzamiento con una presentación en este ámbito y en las reuniones y talleres desarrollados para conformar la estructura y definición del proyecto.

Proyecto Food Wave



Dear Food Wave es un proyecto cofinanciado por la Unión Europea en el marco educativo (DEAR) cuyo liderazgo asume la ciudad de Milán y en el que participan ciudades de 16 países y que tiene por objeto fomentar la educación en materia de alimentación sostenible, dirigida en particular al colectivo de los jóvenes. En este proyecto el IMC colabora con la Dirección General de Sostenibilidad, a través del Departamento de Educación para el desarrollo sostenible, tanto con la promoción de acciones destinadas al consumo sostenible de alimentos, como en la participación de las reuniones nacionales o internacionales para el impulso del proyecto.

Fomento del consumo de madera sostenible

Se mantiene la vigencia del convenio de colaboración, suscrito el 17 de mayo de 2019, entre el Ayuntamiento de Madrid y la Fundación Comercio para el desarrollo (COPADE) para el fomento de la utilización de la madera tropical certificada, a través de la participación en la plataforma Madera Justa. 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.

Línea de acción VIII

Transparencia y calidad en la actuación municipal

La transparencia en la actividad administrativa refleja el compromiso de los servicios públicos con la ciudadanía, de modo que al hacer públicos los resultados de su actividad, las personas administradas pueden tener conocimiento 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 la Ordenanza de Transparencia de la ciudad de Madrid y de la Ley 19/2013, de 9 de diciembre, de transparencia, acceso a la información pública y buen gobierno, el IMC ha procedido a la publicación, a través de la página Web corporativa www.madrid.es/consumo, 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 que tiene el Servicio de Inspección de Consumo conforme a la Norma ISO 9001:2015 de Consumo y de la Carta de Servicios con que cuenta la OMIC que en 2015 fue certificada por AENOR en 2018, manteniendo actualmente dicha certificación.

8.1 Publicidad activa

El IMC en aras de la transparencia en la gestión municipal pública, durante el ejercicio 2020 ha publicado a través de la página web municipal, entre otros, los siguientes contenidos:

- Memoria anual de actividad 2019
- Las campañas de inspección programadas en 2020 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 2020 una exhaustiva actualización
- Los Códigos de Buenas Prácticas sectoriales aprobados y documentación asociada
- Los materiales divulgativos y los contenidos promocionales sobre consumo dirigidos a las personas consumidoras o al empresariado
- Criterios interpretativos en materia de consumo, en respuesta a las consultas formuladas por los distritos
- Fichas técnicas e informes de percepción ciudadana de los servicios prestados en la inspección de consumo, como resultado de las encuestas realizadas.
- Informes trimestrales sobre inspecciones realizadas en el portal de datos abiertos

- 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.

Todo ello totaliza un conjunto de 92 contenidos publicados en el ejercicio 2020.

8.2 Portal de datos abiertos

El Portal de Datos Abiertos del Ayuntamiento de Madrid hace posible compartir información de la que dispone como administración pública, de modo que queden a disposición general 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 realizadas por el IMC y por los distritos en los establecimientos ubicados en la ciudad de Madrid. Se indica la fecha en la que tuvo lugar la inspección, la ubicación del local (dirección completa), la actividad realizada y la materia objeto de inspección, advirtiéndose expresamente que el hecho de realizarse una inspección no implica la existencia de infracción.

Los datos que se ofrecen se actualizan trimestralmente, encontrándose ya publicados todos los correspondientes al ejercicio 2020, 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 mantiene adaptada su actuación a lo establecido por el Reglamento (UE) 2016/679 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 27 de abril de 2016, relativo a la protección de las personas físicas en lo que respecta al tratamiento de datos personales y a la libre circulación de estos datos que entró en vigor en mayo de 2018.

Durante 2020 se han mantenido inalteradas cinco de las seis actividades de tratamiento de su responsabilidad:

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

En cambio, el tratamiento inicialmente denominado “Reclamaciones y denuncias de consumo”, ha pasado en diciembre de 2020 a denominarse “Información y asistencia a las personas consumidoras”, al tiempo que los fines de este también han sido revisados para hacer referencia expresa a las consultas de consumo.

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

8.4 Carta de Servicios de la OMIC



La OMIC cuenta con Carta de Servicios, que fue aprobada por la Junta de Gobierno de la ciudad de Madrid el 8 de junio de 2008, como manifestación del compromiso con la ciudadanía en la mejora continua del servicio. Esta carta de servicios ha sido objeto de sucesivas evaluaciones anuales, correspondiendo en 2020 realizar la novena de ellas para determinar el cumplimiento de los compromisos contraídos en función de los valores obtenidos para sus distintos indicadores en el año inmediatamente anterior (2019).

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 2019, se realizaron un total de 2500 encuestas telefónicas entre las personas usuarias de las distintas oficinas de la OMIC.

Los datos reflejan, por ejemplo, que un 89,26% estaban satisfechos o muy satisfechos con la información, con el trato recibido y con la capacitación del personal que les atendió en la OMIC, con unas notas medias otorgadas en los distintos atributos que superan la cifra de 8 en todos los casos, en una escala del 0 al 10.

También es destacable el indicador que muestra que un 61,30 % de las mediaciones realizadas en la OMIC tienen un resultado positivo para la persona consumidora, lo cual pone en valor la utilidad de este servicio.

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 portal de transparencia del Ayuntamiento de Madrid. 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 y su cuestionario.

RESULTADOS DE LA EVALUACIÓN DE LA CARTA DE SERVICIOS DE LA OMIC REALIZADA EN 2020 SOBRE LOS DATOS DE 2019

Indicador	Meta	Resultado 2019
1.Porcentaje de personas usuarias satisfechas con la información y orientación recibidas en la OMIC	80%	86,99%
2.Satisfacción media de las personas usuarias con la preparación del personal de la OMIC para realizar su trabajo	8	8,19
3.Satisfacción media de las personas usuarias con la amabilidad y cortesía del personal que lo ha atendido en la OMIC	8	8,64
4.Satisfacción media de las personas usuarias con la claridad y comprensibilidad de la información recibida	8	8,48
5.Porcentaje de personas usuarias satisfechas con el trato recibido en la OMIC	80%	89,26%
6.Porcentaje de citas previas que se ofrecen con una demora igual o menor de 10 días naturales, en la OMIC	75%	87,20%
7.Porcentaje de citas previas en OMIC ofrecidas en un plazo de 20 días naturales	100%	98,80%
8.Porcentaje de reclamaciones que son tramitadas en la OMIC en un plazo máximo de 2 meses	80%	79,80%
9.Porcentaje de reclamaciones tramitadas en un plazo máximo de 6 meses	100%	99,40%
10.Porcentaje de mediaciones positivas para la persona consumidora en las que la OMIC municipal ha realizado labores de mediación	40%	61,30%
11.Porcentaje de reclamaciones sin resultado positivo informadas de posibles vías para su resolución	100%	99,60%
12.Quejas o reclamaciones recibidas al año en relación con una información no actualizada sobre la OMIC en la página web	-	0
13.Actualizaciones realizadas en la página Web de la OMIC	150	163

RESULTADOS DE LA EVALUACIÓN DE LA CARTA DE SERVICIOS DE LA OMIC REALIZADA EN 2020 SOBRE LOS DATOS DE 2019

Indicador	Meta	Resultado 2019
14. Porcentaje de sugerencias, reclamaciones y felicitaciones relativas a los servicios prestados por la OMIC contestadas como máximo en 30 días	-	86,21%
15. Sugerencias, reclamaciones y felicitaciones relativas a los servicios prestados por la OMIC	-	29
16. 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 24 de junio de 2020, en la que se detectaron dos observaciones que se han tenido en cuenta para su implantación en el sistema. La auditoría externa,

realizada el 30 de octubre por el Instituto de Certificación ICDQ, reveló únicamente una observación, que se ha tenido en cuenta, evidenciándose con ello la eficacia del sistema.

Encuesta de satisfacción del cliente

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

Como técnica de análisis se lleva a cabo una encuesta, con periodicidad bienal, correspondiendo la última al ejercicio 2020, con objeto de conocer el nivel de satisfacción con las actividades emprendidas. De los datos en ella recabados se obtiene la siguiente información de los empresarios 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. Las conclusiones de esta encuesta fueron satisfactorias.

Los principales puntos fuertes en la actuación de inspección fueron el trato del inspector y la Información proporcionada sobre el motivo de la inspección. En procedimiento sancionador, la claridad de los motivos de la inspección y en la oficina de investigación, la claridad de las comunicaciones recibidas por los interesados. Asimismo, se identificaron partir de sus resultados algunas acciones que es conveniente implantar en 2021 para la mejora continua del servicio.

Línea de acción IX

Actividad administrativa y ejecución presupuestaria

9.1 Actividad administrativa

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

Actuaciones de personal

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

Para ello se han elaborado las correspondientes memorias, ascendiendo a un número de 3, que han justificado por razones de interés público, conveniencia y oportunidad las concretas actuaciones con el fin de adaptar la RPT del IMC a las necesidades reales de la organización.

Una de las memorias ha justificado la creación de un nuevo puesto de trabajo para atender la alta demanda de solicitudes de sometimiento a arbitraje como sistema de resolución extrajudicial de los conflictos de consumo surgidos entre las personas consumidoras o usuarios finales y las empresa o profesionales. Mientras que las otras dos restantes han justificado el incremento retributivo de 10 puestos de trabajo correspondientes a dos subescalas de la organización municipal, la subescala “de gestión” y la subescala “administrativa”, habida cuenta de la especialización y carga de trabajo de estos puestos de trabajo.

Participación en programas de formación

El IMC colabora con el Organismo Autónomo Agencia para el Empleo en los programas de Formación en Alternancia para personas desempleadas. De este modo el personal designado por el IMC tutoriza a personas desempleadas que desempeñan una práctica

laboral acorde a su perfil que posibilita la adquisición tanto de conocimientos teóricos y prácticos que contribuyen a su inserción laboral.

El IMC ha supervisado y tutorizado las prácticas de un total de 9 personas provenientes de estos programas gestionados por el Organismo Autónomo Agencia para el Empleo.

Formulación de observaciones y sugerencias a disposiciones municipales.

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

Dentro de esta actuación, durante el ejercicio 2020, el IMC realizó el análisis de los siguientes textos:

- Borrador del nuevo reglamento por el que se crea el Consejo de la Cultura de la Ciudad de Madrid y se regula su composición y funcionamiento
- Borrador de la propuesta por el que se modifica el Reglamento para la Adjudicación de las Viviendas Gestionadas por la Empresa Municipal de la Vivienda y Suelo de Madrid, S.A.
- Borrador de la Ordenanza de Calidad del Aire y Sostenibilidad
- Borrador de la Ordenanza de Simplificación de Trámites Urbanísticos de Madrid
- Borrador de la Ordenanza de Transparencia de la Ciudad de Madrid
- Borrador de la propuesta por la que se modifica la Ordenanza de Movilidad Sostenible
- Borrador de la propuesta por la que se modifica la Ordenanza Reguladora de los Quioscos de Prensa
- Borrador de la propuesta por la que se modifica la Ordenanza de las prestaciones económicas del sistema público de servicios sociales del Ayuntamiento de Madrid
- Borrador de la propuesta por la que se modifica la Ordenanza Reguladora del Taxi
- Borrador de la Ordenanza de derogación normativa
- Borrador del IV Plan Local de Infancia y Adolescencia de Madrid 2020-2023.

(El estado de tramitación de los citados proyectos puede consultarse en el apartado de huella normativa del portal de transparencia del Ayuntamiento de Madrid a través del siguiente enlace: [huella normativa](#)).

Procedimiento de selección de personal

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

Una vez sometidas a la Mesa General de Negociación de Personal Funcionario del Ayuntamiento de Madrid y sus Organismos Autónomos, las bases específicas se publicaron en el ["Boletín Oficial del Ayuntamiento de Madrid" n.º 8.754, de 22 de octubre de 2020.](#)

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

A instancias de la Dirección General competente en materia de consumo en el ámbito de la Comunidad de Madrid y en cumplimiento del artículo 76.3 del Reglamento de la Ley 11/1998, de 9 de julio, de Protección de los Consumidores de la Comunidad de Madrid, aprobado por el Decreto 1/2010, de 14 de enero, del Consejo de Gobierno, el IMC elaboró durante el primer trimestre del año la memoria de las actividades realizadas en el ejercicio 2019, para su remisión a la Dirección General de Comercio y Consumo de la administración autonómica.

9.2 Ejecución presupuestaria

Programa presupuestario/ Aplicación presupuestaria		Crédito definitivo	Crédito disponible	Crédito autorizado	Obligaciones reconocidas	Ejecución (%)
493.00	CONSUMO	4 405 701 €	750 312,79 €	3 665 348,21 €	3 593 808,80 €	81,57
CAPÍTULO 1. Gastos de personal		3 956 641 €	736 345,30 €	3 220 295,70 €	3 220 295,70 €	81,39
22001	PRENSA, REVISTAS, LIBROS Y OTRAS PUBLICACIONES	500	500,00	0,00	0,00	
22107	IMPRESOS Y FORMULARIOS	3700	1122,70	2577,30	2577,30	
22602	PUBLICIDAD Y PROPAGANDA	20 990	156,23	20 833,77	20 833,37	
22606	REUNIONES, CONFERENCIAS Y CURSOS	9901	9901,00	0,00	0,00	
22699	OTROS GASTOS DIVERSOS	4000	2325,85	1674,15	1674,15	
22706	ESTUDIOS Y TRABAJOS TÉCNICOS	227 316	0,89	227 315,11	214 644,44	
26000	TRABAJOS REALIZ. POR INSTITUCIONES S.F. DE LUCRO	182 653	0,82	182 652,18	133 783,84	
Capítulo 2. Gasto Corriente		449 060,00 €	14 007,49 €	435 052,51 €	373 493,10 €	83,18