



LA PROTECCIÓN DEL CONSUMIDOR DE SERVICIOS DE ENVÍO DE DINERO EN EL AYUNTAMIENTO DE MADRID

ACTUACIONES Y PROPUESTAS

ÍNDICE

Introducción	1
Contexto normativo	2
Contenido y desarrollo de la Campaña	7
Evaluación de la Campaña	8
Otras actuaciones realizadas	16

INTRODUCCIÓN

El Ayuntamiento de Madrid, a través del Instituto Municipal de Consumo, llevó a cabo el pasado año, 2012, la “Campaña de Inspección y Control de establecimientos de envío de dinero”, con el propósito fundamental de establecer e impulsar una protección eficaz de los derechos e intereses económicos de los consumidores que utilizan estas agencias en el municipio de Madrid.

Dichos establecimientos ofrecen un tipo de servicio que consiste en el envío de dinero entre particulares residentes en distintos países. De modo mayoritario, esta prestación es demandada por inmigrantes como principal vía para hacer llegar a su país parte del dinero obtenido con su trabajo en el lugar de acogida, frente a las transferencias bancarias, el servicio postal o los llamados canales informales.

El incremento acelerado que, en los últimos años, han experimentado las agencias de envío de dinero en la capital y considerando además que los inmigrantes constituyen un colectivo que merece especial protección, de conformidad con lo establecido en la normativa de protección de los consumidores y usuarios, evidencia y justifica la relevancia de la ejecución de esta Campaña por el Instituto Municipal de Consumo del Ayuntamiento de Madrid.

En concreto, con la realización de esta “Campaña de establecimientos de envío de dinero”, la Oficina Municipal de Investigación de Consumo ha recopilado datos sobre la adecuación de los servicios ofrecidos por estas empresas a la normativa de consumo que les afecta y, tras el análisis y valoración de estos, así como de la legislación que regula el sector, se han elaborado una serie de propuestas de actuación para reforzar y mejorar, en lo posible, la defensa de sus usuarios.

A continuación, en primer lugar, se presenta el contexto normativo que actualmente condiciona a este tipo de empresas, delimitando aquellos aspectos que directa o indirectamente afectan a los derechos y protección de los usuarios de las mismas en su faceta de consumidores; para seguidamente, detallar el contenido, desarrollo y evaluación de la “Campaña de Inspección y Control de establecimientos de envío de dinero” y, por último, exponer las propuestas de actuación que se estiman necesarias.

CONTEXTO NORMATIVO

Acorde con la Directiva 2007/64/CE, el servicio de envío de dinero es “un servicio de pago que permite bien recibir fondos de un ordenante sin que se cree ninguna cuenta de pago en nombre del ordenante o del beneficiario, con el único fin de transferir una cantidad equivalente a un beneficiario o a otro proveedor de servicios de pago que actúe por cuenta del beneficiario, y/o bien recibir fondos por cuenta del beneficiario y ponerlos a disposición de este”¹

Esta norma comunitaria tiene como objetivo último la verdadera integración del mercado único de servicios de pago, y reconoce como esencial para su consecución, garantizar de manera adecuada la protección del usuario de los mismos.²

En este sentido, la Ley 16/2009, de 13 de noviembre, de servicios de pago (LSP), incorpora al Ordenamiento jurídico español dicha Directiva, contemplando igualmente el “envío de dinero” como uno más de los servicios de pago regulados en ésta.

Así mismo, establece una serie de normas que dotan de mayor protección a los usuarios de dichos servicios, en especial a los ‘consumidores’, que, según la Ley, son “las personas físicas que, en los contratos de servicios de pago, actúan con fines ajenos a su actividad económica, comercial o profesional”; fundamentándose estas

prestaciones, en todo caso, en el equilibrio contractual entre el proveedor y el usuario.

A este respecto, en el Título III de la LSP se establece un sistema de transparencia en cuanto a las condiciones y los requisitos de información aplicables a dichos servicios. Ello se hace con un criterio flexible, con mayores o menores exigencias según las características del usuario, protegiendo con mayor rigor a los consumidores, pero dando siempre un margen notable a la libertad contractual. En cualquier caso, el proveedor del servicio deberá facilitar al usuario toda la información y condiciones relativas a la prestación que ambos concierten.

Además, en el Título IV se establecen los derechos y las obligaciones de los proveedores y de los usuarios en relación con los servicios de pago. Al igual que en el Título anterior, se permiten distintos niveles de exigencia, siempre previendo que la mayor protección se ofrezca al consumidor.

En cuanto al régimen jurídico, los establecimientos de envío de dinero, como servicios de pago que son, están sujetos a autorización administrativa previa y a su inscripción en el registro especial de entidades de pago, así como al control e inspección del Banco de España en el desarrollo de su actividad, “con independencia de las competencias de otras autoridades españolas responsables de que la



misma se realice de conformidad con las normas de interés general aplicables"³, entre las que se incluyen las dirigidas a la protección del consumidor, cuyo control incumbe a las Administraciones de consumo en general y al Instituto Municipal de Consumo, en particular.

En los aspectos señalados, los establecimientos de envío de dinero están regulados de modo sectorial, en cuanto servicio de pago, por la susodicha **LSP**, el **Real Decreto 712/2010**, de 28 de mayo, de régimen jurídico de los servicios de pago y de las entidades de pago; la **Orden EHA/1608/2010**, de 14 de junio, sobre transparencia de las condiciones y requisitos de información aplicables a los servicios de pago y la **Circular del Banco de España 5/2012**, de 27 de junio, sobre transparencia de los servicios bancarios y responsabilidad en la concesión de préstamos.

Además, como servicio de consumo, a estas empresas les afectan, básicamente, las disposiciones establecidas por el **Real Decreto Legislativo 1/2007**, de 16 de noviembre, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias y la **Ley 11/1998**, de 9 de julio, de Protección de los Consumidores de la Comunidad de Madrid.

Con respecto a la protección y defensa de los consumidores en los establecimientos de envío de dinero, y en cuanto a la legislación sectorial aplicable, resulta fundamental la obligatoriedad de transparencia que la normativa exige a los mismos, en virtud de la cual los prestadores del servicio deben facilitar, antes de la

contratación, las condiciones aplicables a la misma y la restante información sobre el coste del servicio, para que el consumidor pueda tomar una decisión informada y segura sin comprometerse a algo que pueda no interesarles o vaya en contra de sus derechos e intereses económicos, evitando a la vez, entre otras irregularidades, cargos y comisiones ocultas, publicidad engañosa y/o prácticas abusivas.



¹Directiva 2007/65/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 13 de noviembre de 2007, sobre servicios de pago en el mercado interior, artículo 4.13.

²Orden EHA/1608/2010, de 14 de junio, sobre transparencia de las condiciones y requisitos de información aplicables a los servicios de pago. Introducción I.

³Ley 16/2009, de 13 de noviembre, de servicios de pago. Artículo 15.2



Concretando lo anterior, los establecimientos de envío de dinero están sujetos fundamentalmente a los siguientes requisitos de transparencia:

- ✓ Facilitar al usuario de un modo fácilmente accesible para él, toda la información y condiciones relativas a la prestación del servicio, antes de que el mismo quede vinculado por cualquier contrato u oferta.
- ✓ En el caso de que el usuario lo solicite, el establecimiento le entregará la información y las condiciones mencionadas en papel u otro soporte duradero, las cuales estarán redactadas en términos fácilmente comprensibles, de manera clara y legible, en castellano, o en cualquier otra lengua acordada entre las partes.
- ✓ La obligación de entregar la información y condiciones del servicio puede sustituirse por la entrega de copia del borrador del contrato o de la orden de pago que incluyan aquéllas.
- ✓ El proveedor no puede cobrar al usuario por suministrarle la información a que viene legalmente obligado.
- ✓ Si ambas partes acuerdan el abono de algún gasto por la comunicación de información adicional o por su transmisión, a petición del usuario, por medio específico, tales gastos serán acordes con los costes efectivamente soportados por el proveedor.
- ✓ Incumbe al titular del servicio probar que ha cumplido los requisitos de información legalmente establecidos.
- ✓ Si el envío de dinero requiere efectuar cambio de divisa, el establecimiento debe informar al usuario de todos los gastos, así como del tipo de cambio que se empleará para la conversión de la operación de pago.

- ✓ Cuando la ejecución de la orden de envío de dinero requiera el cambio intermedio a una tercera divisa, han de desglosarse los tipos de cambio que el establecimiento aplicará a la operación.
- ✓ Se debe exhibir en el establecimiento, en lugar destacado de forma que atraiga la atención de los usuarios, y expuesta de manera que resulte fácilmente legible, la información relativa al gasto adicional o a la reducción ofrecida por la utilización de un instrumento de pago determinado.
- ✓ Los establecimientos que presten servicios de cambio de divisa establecerán y harán públicos, los tipos de cambio, comisiones y gastos, incluso mínimos aplicables a las operaciones.

En concreto, según Circular del Banco de España 5/2012, de 27 de junio, deben publicar los tipos mínimos de compra y los máximos de venta, o, en su caso, los tipos únicos que aplicarán, en operaciones de contado, cuando el importe de la compraventa no exceda de 3.000 euros; tanto en los establecimientos, en lugar destacado que llame la atención del público, como en el sitio web del establecimiento, mediante vínculos que, de forma destacada y legible, se localicen en la pantalla inicial.

Por otro lado, según la normativa de consumo, los establecimientos de envío de dinero están legalmente obligados a cumplir esencialmente los siguientes requisitos:

- ✓ La publicidad que se exhiba en el establecimiento tiene que ser veraz y ajustarse a la naturaleza de la realización del servicio contratado, sin cláusulas que puedan inducir a error a los consumidores o que vulneren o limiten sus derechos.
- ✓ Los precios o tarifas de los servicios ofrecidos deben estar expuestos al público.
- ✓ Los prestadores tienen que entregar al usuario un justificante del pago realizado, en el que conste, como mínimo, la identidad personal o social y fiscal de la empresa o responsable de la actividad, la cantidad abonada, el concepto y la fecha; así mismo no podrá contener cláusulas abusivas.
- ✓ Igualmente, están obligados a disponer de hojas de reclamaciones para su uso por los consumidores que las soliciten, las cuales se anunciarán de forma adecuada mediante un cartel fácilmente visible.
- ✓ Cumplir todas las disposiciones que regulan la protección y defensa de los derechos de los consumidores que les sean de aplicación.



CONTENIDO Y DESARROLLO DE LA CAMPAÑA

Tras el estudio, análisis y concreción del contexto normativo que actualmente condiciona la actividad desarrollada por las empresas objeto de este informe, así como de la selección de aquellos aspectos que les afectan con respecto a las competencias del Ayuntamiento de Madrid, en cuanto a la protección y defensa de los derechos de los consumidores y usuarios, el Instituto Municipal de Consumo puso en marcha la **“Campaña de Inspección y Control de establecimientos de envío de dinero”**, planificándose su desarrollo en dos etapas.

En la primera fase, que se realizó durante los meses de enero y febrero de 2012, los Inspectores de Consumo controlaron especialmente la información precontractual ofrecida y el cumplimiento de las prescripciones relativas al documento justificativo de pago y a las hojas de reclamaciones.

Como continuación y complemento de la anterior, durante los meses de noviembre y diciembre de dicho año se llevó a cabo la segunda etapa de esta Campaña, en la que, además de incidir en los anteriores aspectos inspeccionados, se profundizó en el control de la información facilitada al usuario sobre los tipos de cambio utilizados, se inspeccionaron las condiciones de contratación utilizadas por las empresas visitadas y se comprobó la efectividad del primer control, en cuanto a la corrección de las principales irregularidades encontradas y con respecto a la mejora del sector desde el punto de vista de los intereses del consumidor.

Además, en las visitas realizadas, los Inspectores Técnicos de Consumo recopilaron la información necesaria para conocer la repercusión que sobre las tarifas suponen la comisión y los tipos de cambio aplicados.

EVALUACIÓN DE LA CAMPAÑA

En la primera fase de la “Campaña de Inspección y Control de establecimientos de envío de dinero”, se visitaron 61 establecimientos inscritos en el registro de entidades de pago que prestan el servicio de transferencias al exterior, de los que 29 presentaron algún tipo de irregularidad. Ello supone un 47,5% de los establecimientos inspeccionados, siendo las infracciones más relevantes la no exposición de carteles informativos de los precios de los servicios ofrecidos (37,7%), no disponer de hojas de reclamaciones (14,8%) y no anunciar la existencia de las mismas (6,6%).

Por otro lado, en el 98,4% de los casos se constató la entrega al cliente de factura o recibo del pago efectuado, detectándose que en el 10,2% de los mismos no figuraba la identidad personal o social y fiscal del proveedor, y en el 1,7% no constaba la cantidad abonada.

Con respecto a la segunda fase de la Campaña, se visitaron un total de 40 establecimientos que gestionaban transferencias al exterior, reflejando la evaluación de los datos obtenidos una notable disminución en los





incumplimientos, con respecto a las irregularidades más significativas detectadas anteriormente y en los siguientes aspectos:

- ✓ Se redujo más de la mitad el porcentaje de establecimientos que no exponen el cartel de precios de sus servicios, pasando de un 37,7% a un 15% de incumplimientos.
- ✓ Así mismo, disminuyeron en un 88% las irregularidades en cuanto a la exhibición del cartel informativo de la existencia de hojas de reclamaciones y la disponibilidad de éstas, detectándose irregularidades solo en uno de los establecimientos controlados.

Por otro lado, todos los establecimientos inspeccionados cumplían con el requisito de publicitar en el local los tipos de cambio y comisiones aplicados en sus operaciones, evidenciándose, por el contrario, que ninguno de los prestadores presentaba en su web dicha información en la forma en que establece la normativa al respecto, es decir, mediante vínculos que, de forma destacada y legible, se localicen en la pantalla inicial.

Igualmente, según los datos facilitados por los empresarios a la inspección, los tipos de cambio y comisiones aplicados no resultaron, en líneas generales, elevados ni abusivos, con lo que, en este aspecto, no se menoscaban los intereses económicos de los usuarios de estos servicios. El sobrecoste que representa para los usuarios el tipo de cambio aplicado por 17 de las 22 empresas inspeccionadas no supera el 2% de la importe de la transferencia, mientras que el impacto de la comisión aplicada es inferior al 5% en 18 de los prestadores; en todos los casos en que la comisión supera dicho porcentaje, el importe de la transferencia no superaba los 95 euros.

Sin embargo, en las condiciones generales de contratación se detectaron, de forma mayoritaria, cláusulas abusivas⁴ que vulneran los derechos del consumidor, debido a un desequilibrio entre los derechos y las obligaciones de las partes, ya sea vinculando el contrato a la voluntad del empresario, limitando los derechos del consumidor o por falta de reciprocidad a favor del empresario; así mismo en una ocasión se comprobó la exhibición de estas condiciones solo en inglés, vulnerando así la exigencia normativa de que la presentación del producto se ofrezca en España, al menos, en castellano.



⁴Texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias, aprobado por Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre. Art. 82.1. “Se considerarán cláusulas abusivas todas aquellas estipulaciones no consentidas expresamente que, en contra de las exigencias de la buena fe causen, en perjuicio del consumidor y usuario, un desequilibrio importante de los derechos y obligaciones de las partes que se deriven del contrato”.



Se resumen a continuación los tipos de cláusulas abusivas identificados:

1. Vinculación del contrato a la voluntad del empresario, en alguno de los siguientes elementos:

- ✓ Plazo de ejecución de la transferencia insuficientemente determinado; por ejemplo: “El importe de una operación de pago extracomunitaria se abonará al beneficiario en el plazo que irá de las 2 horas hasta los 30 días hábiles...”.
- ✓ Ampliación del plazo de ejecución de la orden de pago; por ejemplo: “...la Entidad se reserva el derecho de ...establecer con carácter general o particular un plazo superior de ejecución...”.
- ✓ Plazo insuficientemente determinado para la devolución del precio del contrato en caso de incumplimiento imputable a la empresa; por ejemplo, al afirmar que la entidad “reembolsará el cargo ...si la transferencia de dinero no se pone a disposición del destinatario en un plazo razonable”.
- ✓ Plazo de devolución de la transferencia al ordenante excesivamente largo; por ejemplo, al afirmar que la entidad “reembolsará la suma principal de una transferencia de dinero, contra una petición escrita del remitente, si el pago al destinatario no se efectúa en un plazo de 120 días”.
- ✓ Autoexención empresarial de responsabilidad; por ejemplo, al afirmar que la entidad “será responsable ...de la correcta ejecución de la operación de pago hasta el momento en que su importe se abone en la cuenta del proveedor de servicios de pago del beneficiario. Producido este abono, el proveedor de servicios del beneficiario será responsable frente al beneficiario de la correcta ejecución de la operación”.
- ✓ Modificación del servicio; por ejemplo, al afirmar que la entidad “se reserva el derecho a cambiar el servicio sin aviso”.
- ✓ Modificación del contrato; por ejemplo: la entidad “se reserva el derecho de modificarlas cláusulas del presente contrato”.
- ✓ Repercusión de gastos en el ordenante o en el beneficiario; por ejemplo: “Serán a cargo del cliente cedente u ordenante los ...gastos de Corresponsales nacionales o extranjeros, si los hubiere”.
- ✓ Gastos exigibles al ordenante en caso de incumplimiento no imputable a la empresa; por ejemplo: “...se le descontarán los gastos que se hayan provocado, y que en ningún caso podrán exceder del diez por ciento del importe neto”.

- ✓ Supuestos de no reembolso al ordenante; por ejemplo, al excluir de la obligación de devolverle la comisión que abonó cuando la transferencia no se haya efectuado en plazo como resultado de "fallos en las telecomunicaciones".
 - ✓ Importe de la penalización al ordenante en el caso de que la inejecución de la transferencia derive de error de aquel; por ejemplo: "si el error fuera imputable al ordenante, corresponderá a éste asumir las pérdidas generadas".
- 2. Limitación de los derechos del consumidor en alguno de los siguientes elementos:**
- ✓ Importe del reembolso al ordenante en caso de incumplimiento de la transferencia imputable a la empresa; por ejemplo: "Si resultase imposible rectificar el error y éste fuera imputable a (la empresa), la compañía devolverá al ordenante el importe de la orden de envío de dinero".
 - ✓ Actuaciones de la empresa en caso de que la orden de pago no se ejecute o se ejecute defectuosamente por causa no imputable al ordenante ni al beneficiario; por ejemplo, al afirmar que la empresa "solicitará la devolución y pondrá dichos fondos a disposición del cliente".
 - ✓ Información precontractual; por ejemplo: "el beneficiario deberá soportar únicamente aquellos gastos que fueran requeridos, en su caso, por la entidad de pago en destino".
 - ✓ Precio completo del servicio a contratar; por ejemplo: "Salvo que la ley aplicable en el país de destino disponga otra cosa, el remitente se hará cargo de todos los gastos relacionados con la transferencia de dinero. En ciertas jurisdicciones el pago de una transferencia de dinero puede estar sujeto a impuestos locales y cargo por servicio".
 - ✓ Derecho del consumidor a contratar la prestación del servicio; por ejemplo, al afirmar que la empresa "podrá rechazar la ejecución de una orden de envío de dinero, notificando al cliente dicha negativa y, en lo posible, los motivos de la misma".
 - ✓ Exigencia de cuenta bancaria para la devolución de la orden de pago no ejecutada; por ejemplo: "En caso de imposibilidad de pago de la transferencia al beneficiario ...el cliente aportará ...fotocopia de la cuenta donde se debe realizar la devolución".



3. Falta de reciprocidad en el contrato en:

- ✓ Inejecución de la orden de pago por causa imputable a la empresa, a pesar de que se contempla la penalización aplicable al ordenante si el incumplimiento es imputable a él.
- ✓ Diferentes consecuencias económicas, para una parte y otra, en caso de in ejecución del contrato.
- ✓ La obligación de custodiar con la debida diligencia la clave asignada a la operación sólo se establece para una de las partes.
- ✓ El obstáculo desproporcionado que constituye exigir al ordenante:
 - Que aporte fotocopia del documento acreditativo de su identidad, dado que ya presenta éste.
 - Que tenga que hacer constar su parentesco con el destinatario de la transferencia.
 - Que, en caso de in ejecución de la orden de pago, deba solicitar el reembolso por escrito a una dirección de Irlanda, en lugar de poderlo hacer en el establecimiento en el que contrató.

4. Cláusulas abusivas sobre garantías, en concreto, las que imponen la carga de la prueba en perjuicio del consumidor en supuestos que no necesariamente lo requieren:

- ✓ Se traslada al ordenante la carga de la prueba acerca del eventual uso fraudulento de la clave de la transferencia.

5. Cláusulas abusivas que afectan a la ejecución del contrato, en concreto las que trasladan al consumidor las consecuencias económicas de errores de gestión que no le son imputables:

- ✓ Pretensión de la empresa de que su responsabilidad queda cubierta si la transferencia llegó a la entidad bancaria de destino, puesto que el contrato suscrito con el ordenante obliga a la empresa a entregar el dinero al destinatario designado por aquel y no puede excusarse en el hecho de que haya sido recibido en la entidad bancaria de destino.
- ✓ Traslado al ordenante de las consecuencias de cualesquiera negligencias o errores en la gestión de la clave.

6. Competencia judicial, en concreto la cláusula que:

- Establece pactos de sumisión expresa a órganos judiciales de Madrid, puesto que el consumidor contratante puede que no tenga su domicilio en dicho municipio.





Con respecto a la valoración media de la información que los prestadores ofrecen en sus condiciones generales de contratación, resulta insatisfactoria desde el punto de vista de las necesidades del consumidor, en cuanto a las características del servicio de envío de dinero que se le oferta.

A este respecto, no se refleja en dichas condiciones de contratación información esencial o relevante a la hora de la ejecución del contrato, tal como el plazo de éste y de la transferencia; que es la empresa quien fija los tipos de cambio aplicables y que las comisiones o gastos son por cuenta del ordenante.

Igualmente, no se identifica adecuadamente al beneficiario, ni se detalla el plazo de entrega y la cantidad exacta que se le entregará; y no se hace mención del reembolso al ordenante en caso de inejecución, así como de la responsabilidad por la no entrega o por ejecución defectuosa de la orden de pago. Finalmente, tampoco se informa al consumidor de la posibilidad de revocar la orden de pago y la vía para reclamar en caso de incidencia.

Por otro lado, las cláusulas relativas a recogida y tratamiento de datos de carácter personal vulneran los derechos del afectado que establece la legislación de protección de datos. En concreto, más de la mitad de las empresas inspeccionadas incurren en este tipo de incumplimientos normativos en aspectos relativos a la cesión de datos a terceros y al envío de comunicaciones comerciales.

OTRAS ACTUACIONES REALIZADAS

Tras el análisis y valoración de los resultados obtenidos en la “Campaña de Inspección y Control de establecimientos de envío de dinero”, así como de la normativa que regula el sector, se detallan a continuación las líneas de actuación que se estiman necesarias para favorecer la protección eficaz de los derechos e intereses económicos de los consumidores que utilizan este tipo de agencias.

- ✓ Refuerzo del control oficial del cumplimiento de la Circular del Banco de España 5/2012 por parte de los prestadores que ofrecen el servicio de transferencias al exterior, especialmente en cuanto a la inclusión en sus respectivas webs de los tipos de cambio, comisiones, gastos y condiciones de contratación del servicio, mediante vínculos que, de forma destacada y legible, se localicen en la pantalla inicial.
- ✓ Regulación normativa del plazo de actualización de la información expuesta en el establecimiento y publicitada en su web sobre tipos de cambio aplicados.
- ✓ En las condiciones de contratación, inclusión de plazo o plazos de ejecución de las órdenes de pago, los supuestos de incumplimiento o ejecución defectuosa y obligaciones asumidas por la parte en cada caso responsable posibilidad o no de revocación de la transferencia por su ordenante y límites y penalizaciones en caso de que haga uso de esta facultad; así como que se haga constar en dichas condiciones o, en su defecto, en el documento contractual, que el tipo de cambio aplicado a la operación es el fijado por la empresa.



- ✓ En el contrato o documento justificativo del mismo, que el prestador detalle la divisa y el importe exacto de la misma que percibirá en destino el beneficiario, salvo que el ordenante contrate voluntariamente la operación en la modalidad de gastos compartidos o en la de gastos a cargo del beneficiario.
- ✓ Por último, unificación de la información sobre protección de datos ofrecida por los prestadores del servicio.

En abril de 2013, el Instituto Municipal de Consumo ha instruido procedimiento sancionador a nueve entidades de pago que prestan servicios de envío de dinero. Ocho de los expedientes se instruyeron al haberse constatado la existencia de cláusulas no ajustadas a derechos en las condiciones generales utilizadas por la respectiva empresa, mientras que el noveno lo fue por incumplimiento del deber empresarial de colaboración con la Administración.

Por otro lado, de conformidad con la limitación territorial que impone al ejercicio de la potestad sancionadora local el art. 63.1 e) de la Ley 11/1998, de 9 de julio, de Protección de los Consumidores de la Comunidad de Madrid, el Instituto Municipal de Consumo se ha visto en la necesidad de inhibirse en relación con otras seis entidades de pago, al tener éstas su sede fuera del municipio de Madrid.

Se dio traslado a la Dirección General de Consumo de la Comunidad de Madrid del informe motivado elaborado por la inspección municipal de consumo en relación con cada una de estas entidades de pago, así como de las actas de inspección levantadas y restante documentación de interés para el ejercicio de potestad sancionadora.

En tercer lugar, el Instituto Municipal de Consumo ha dado traslado a la Dirección General de Supervisión del Banco de España de información actualizada en relación con las entidades de pago registradas por dicho supervisor, tras haber comprobado la inspección municipal que seis de los prestadores del servicio de envío de dinero no disponían del preceptivo código identificativo de entidad de pago y que el domicilio social de otra empresa no correspondía con el incluido en el registro del Banco de España.

El traslado efectuado al Banco de España ha incluido datos detallados que acreditan que ninguna de las 23 empresas inspeccionadas da cumplimiento a su obligación de publicar en su respectiva web los tipos de cambio y comisiones que aplican conforme a lo exigido por la norma cuarta (“Información al público sobre tipos de cambio”) de la Circular del Banco de España 5/2012, de 27 de junio.

Información y publicaciones
sobre temas de consumo en la web municipal:

www.madrid.es

www.madrid.es/consumo

Consultas o reclamaciones de consumo en los teléfonos:

010Líneamadrid

91 529 82 10 si llama desde fuera
de la ciudad de Madrid



ASOCIACIÓN DE AMAS DE CASA Y
CONSUMIDORES JÓVENES DE MADRID
"ASCENSOÓN SEDEÑO" (AACU)
(MEMBRO DE CEACU)



Unión de consumidores
de la CM-UCE



FEDERACIÓN DE USUARIOS CONSUMIDORES INDEPENDIENTES
DE LA COMUNIDAD DE MADRID



ÁREA DE GOBIERNO
DE SEGURIDAD
Y EMERGENCIAS