



AREA DE GOBIERNO DE SALUD, SEGURIDAD Y EMERGENCIAS
Dirección General de Consumo
Instituto Municipal de Consumo

**PLAN DE ACCIÓN EN MATERIA DE CONSUMO
DEL AYUNTAMIENTO DE MADRID
2016**

INDICE

PRESENTACIÓN	4
LÍNEA DE ACCIÓN I. CONSUMO RESPONSABLE.....	6
1. Elaboración de un plan estratégico de Impulso del consumo responsable en la ciudad de Madrid.....	6
2. Madrid, Ciudad por el Comercio Justo	6
3. Convenios y protocolos de colaboración con entidades de economía social y solidaria	8
4. Madera y productos forestales sostenibles.....	8
Fomento de la certificación de productos forestales	8
Coalición de la madera tropical sostenible	9
5. Colaboración con Marine Stewardship Council para el fomento del consumo de productos de pesca sostenible	9
LÍNEA DE ACCIÓN II. Información y divulgación sobre consumo	11
1. Elaboración, edición y difusión de materiales divulgativos sobre consumo ...	11
Nuevas publicaciones	11
Actualizaciones y revisiones de guías y folletos	11
Códigos de buenas prácticas	12
Laudos arbitrales.....	12
2. Información a consumidores y empresarios a través de la página web municipal.....	12
3. Campañas de comunicación	14
4. Actividades de información en colaboración con las asociaciones de consumidores.....	16
5. Programa de asesoramiento en la gestión de la economía doméstica. Colaboración con la Oficina de Intermediación Hipotecaria.....	17
LÍNEA DE ACCIÓN III. RESOLUCIÓN DE CONFLICTOS DE CONSUMO	19
1. Programa de actuaciones de la Oficina Municipal de Información al Consumidor.....	19
2. Programa de actuaciones para el fomento del Sistema Arbitral de Consumo	21
3. Desarrollo e implantación de una nueva herramienta informática de tramitación de expedientes en la OMIC y de la Junta Arbitral de Consumo	23
LÍNEA DE ACCIÓN IV. FORMACIÓN EN MATERIA DE CONSUMO.....	23
LÍNEA DE ACCIÓN IV. FORMACIÓN EN MATERIA DE CONSUMO.....	24
1. Programa anual de formación en consumo dirigido a consumidores y comerciantes.....	24
2. Formación en materia de consumo para personal del Ayuntamiento de Madrid a través del Instituto de Formación y Estudios del Gobierno Local de Madrid ...	25
3. Actividades formativas sobre consumo dirigidas a otros colectivos municipales	26
LÍNEA DE ACCIÓN V. ACTUACIONES DIRIGIDAS AL EMPRESARIO	28

1. Acciones informativas dirigidas a empresarios	28
2. Elaboración, actualización e implantación de Códigos y Manuales de Buenas Prácticas	28
Revisión y actualización de códigos ya editados	28
Nuevo Código de Buenas Prácticas	29
Implantación del Código de Buenas Prácticas de Restauración y Ocio Nocturno	29
3. Actualización del censo de empresas adheridas a Códigos de Buenas Prácticas	29
4. Acciones de comunicación y difusión de los Códigos de Buenas Prácticas .	29
5. Oficina de Investigación de Consumo	30
6. Actividades de inspección.	30
Actividades Programadas de Inspección.....	31
Actuaciones por denuncias o reclamaciones.....	33
Actuaciones en seguridad en los productos: red de alerta y toma de muestras....	33
Actuaciones sancionadoras y medidas preventivas.....	34
7. Encuesta de satisfacción del cliente del Servicio de Inspección de Consumo	35
LÍNEA DE ACCIÓN VI. TRANSPARENCIA Y CALIDAD EN LA GESTIÓN	35
LÍNEA DE ACCIÓN VI. TRANSPARENCIA Y CALIDAD EN LA GESTIÓN	36
1. Publicidad activa	36
2. Carta de servicios de la OMIC certificada conforme a la norma UNE 93200	37
3. Sistema de Calidad UNE EN ISO 9001 del Servicio de Inspección de Consumo	37
LÍNEA DE ACCIÓN VII. COORDINACIÓN, COLABORACIÓN Y PARTICIPACIÓN EN MATERIA DE CONSUMO	38
1. Colaboración en materia de consumo con los distritos.....	38
2. Revisión de la Instrucción de coordinación del funcionamiento de la OMIC .	39
3. Comisión informativa sobre la aplicación de la Instrucción del régimen sancionador en materia de consumo no alimentario	39
4. Convenio de colaboración con la Consejería de Economía, Empleo y Hacienda de la Comunidad de Madrid	39
5. Colaboración con asociaciones de consumidores y organizaciones empresariales	40
6. Participación en consumo. El Consejo Municipal de Consumo	40
ANEXO I. Resumen del programa presupuestario 493.00 Consumo	42
ANEXO II. Cronograma campaña programadas inspección de Consumo 2016.....	43

PRESENTACIÓN

El Instituto Municipal de Consumo viene trabajando desde hace varios años con una actividad planificada recogiendo las líneas y actuaciones concretas a realizar en los planes anuales de acción en materia de consumo. En esta nueva legislatura se pretende seguir potenciando la labor que se ha venido desarrollando, manteniendo su vocación de servicio público en defensa de los derechos de los consumidores y usuarios y prestando especial atención, dentro de su ámbito competencial, a las situaciones de vulnerabilidad social que afectan a los ciudadanos madrileños.

Así, el Plan de acción 2016 se estructura en las tradicionales líneas de actuación de información y formación a los consumidores, de resolución de conflictos a través de la mediación y el arbitraje de consumo, de inspección y control del mercado, de establecimiento de acuerdos voluntarios con los sectores empresariales a través de Códigos de Buenas Prácticas, a las que se han de sumar las labores de coordinación y cooperación entre los diversos agentes sociales y órganos administrativos en aras de promover una mejor protección de los derechos de los consumidores madrileños.

A esta línea de continuidad, que reconoce la labor desarrollada por los servicios municipales de consumo en los últimos años, se añaden nuevas acciones una forma de economía centrada en la satisfacción de las necesidades de los ciudadanos así como la promoción de la transparencia en la actuación municipal.

El Plan de acción en materia de consumo para el ejercicio 2016 se articula en 7 líneas de acción dentro de las cuales se recogen las actuaciones más relevantes que tiene programado ejercer el Ayuntamiento de Madrid, mediante la acción coordinada del Instituto Municipal de Consumo y los Distritos en esta materia y la colaboración con las asociaciones de consumidores y los agentes sociales. Son las siguientes:

- I Consumo responsable**
- II Información y divulgación sobre consumo**
- III Resolución de conflictos de consumo**
- IV Formación en materia de consumo**
- V Actuaciones dirigidas al empresario**
- VI Transparencia y calidad en la gestión**
- VII Coordinación, colaboración y participación en materia de consumo.**

El Plan de acción en materia de consumo 2016 es un compromiso de actuación y, para la evaluación de su cumplimiento, se realizarán informes periódicos de ejecución que se presentarán ante el Consejo Municipal de Consumo.

En cumplimiento de la Ordenanza de Transparencia de la Ciudad de Madrid, el Plan se publicará dentro de los contenidos de consumo de la página web municipal, junto con la memoria anual de actividades a la conclusión del ejercicio.

LÍNEA DE ACCIÓN I. CONSUMO RESPONSABLE

1. Elaboración de un plan estratégico de Impulso del consumo responsable en la ciudad de Madrid.

Los consumidores juegan un papel fundamental en las lógicas de la economía social para la promoción de un consumo transformador en el cual puedan ser agentes activos. Por ello, entre las actuaciones en materia de consumo para el ejercicio 2016 se plantea, como novedad, el desarrollo de un plan estratégico sobre consumo responsable desde una óptica de fomento de la economía social y solidaria.

El plan estratégico, que se denominará Plan de Impulso del consumo responsable en la ciudad de Madrid, se formulará con un horizonte temporal de cuatro años, iniciándose las primeras acciones dentro del propio ejercicio 2016. Se trata de un plan elaborado de manera participativa con distintos agentes sociales y entidades de la economía social y solidaria, a través de la convocatoria de distintas sesiones de trabajo en las que se prevé que participen más de veinte organizaciones, correspondiendo al Instituto Municipal de Consumo la supervisión técnica del Plan.

El Plan se enmarca dentro de una acción más general de fomento de la economía social y solidaria que busca una forma de progreso que revierta en el conjunto de la ciudad, a través de un modelo económico más democrático, justo y participativo que contribuya al reequilibrio de las condiciones de vida de sus habitantes. La redacción del Plan se realizará a lo largo del primer semestre de 2016, en colaboración con los agentes sociales, estableciéndose también durante este periodo las líneas básicas de actuación conjunta con otras Áreas de Gobierno para el desarrollo de sus objetivos.

Los principales trabajos a desarrollar serán un diagnóstico inicial, la recopilación de iniciativas emprendidas en otros municipios a escala nacional e internacional junto con un análisis de su viabilidad en la ciudad de Madrid, para después formular las líneas estratégicas del Plan y desarrollar las acciones a incluir en cada una de ellas, los agentes implicados, el programa de evaluación y seguimiento y el presupuesto asociado.

2. Madrid, Ciudad por el Comercio Justo

Madrid alcanzó la acreditación de Ciudad por el Comercio Justo en 2011, tras el cumplimiento de los 5 criterios fijados en el Programa Internacional de Ciudades por el Comercio Justo y que han sido objeto, además de la evaluación inicial, de otras

dos evaluaciones posteriores, correspondientes a 2012 y 2014, respectivamente. Para el mantenimiento de esta acreditación, el Foro Municipal de Comercio Justo aprobará en 2016 un programa de trabajo correspondiente a los dos próximos ejercicios, 2016 y 2017, con el que se pretenden reforzar las acciones que en materia de comercio justo se desarrollan en la ciudad de Madrid, con base en sus tres líneas estratégicas de actuación:

- información y concienciación ciudadana.
- fomento del consumo de estos productos, de manera que se favorezca su inclusión en las compras públicas y en las políticas de responsabilidad social empresarial.
- seguimiento del cumplimiento de los criterios mediante el plan de trabajo bianual y elaboración de un informe diagnóstico cada dos años.

Dicho plan de trabajo recogerá las acciones que desarrollará el Ayuntamiento de Madrid con la colaboración de las organizaciones de comercio justo, las asociaciones de consumidores y el sector empresarial, en cada una de las tres líneas anteriormente citadas, a través del Foro Municipal de Comercio. Tras su aprobación, se publicará en el canal www.madrid.es/comerciojusto de la web municipal para su difusión.

En ejecución del mismo se dará continuidad a la celebración de ciertos eventos desarrollados tradicionalmente, tales como el Día Internacional del Comercio Justo, para lo cual en el mes de mayo se desarrollará una campaña de comunicación específica. También en octubre se celebrará el mes del Comercio Justo (mes Fairtrade), incorporándose durante el mismo nuevas actividades tendentes a fomentar la oferta y la demanda de productos de comercio justo, tanto a nivel municipal como entre las empresas y los ciudadanos.

Entre las nuevas acciones previstas en el marco de este programa cabe destacar la creación de un Grupo de Trabajo específico dentro del Foro Municipal de Comercio Justo, entre cuyos cometidos se pueden destacar los siguientes:

- impulsar y garantizar la realización de las acciones propuestas en el programa bianual.
- establecer un calendario de trabajo.
- coordinar las acciones para favorecer una adecuada sinergia de los recursos de las diferentes Áreas de Gobierno del Ayuntamiento y del resto de miembros del Foro.

Además se tiene previsto iniciar las acciones necesarias para que, por primera vez, la ciudad de Madrid sea un lugar de encuentro del Programa de Ciudades por el Comercio Justo, bien a nivel estatal o internacional, con la celebración de una jornada en 2017 que sirva de marco para el intercambio de buenas prácticas entre los municipios copartícipes de la Campaña Internacional de Ciudades por el Comercio Justo.

Como acciones nuevas destacadas se prevé la realización de acciones que relacionen la Igualdad de género y el comercio justo en colaboración con la Dirección General de Igualdad entre Mujeres y Hombres, así como la actualización y mapeado del espacio web dedicado a los establecimientos en los que se comercializan productos de comercio justo.

3. Convenios y protocolos de colaboración con entidades de economía social y solidaria

Durante el año 2016 se procederá a la suscripción de nuevos convenios de colaboración con todas las entidades que trabajan en el ámbito del Comercio Justo, (Proyde, Setem, Ideas, Copade, Oxfam Intermón, Ayuda en Acción, Taller de Solidaridad, Asociación del sello de comercio justo) además de proceder a la prórroga del convenio existente con REAS.

Además se promoverá un nuevo convenio relativo a la participación del Ayuntamiento de Madrid en la Plataforma Madera Justa.

4. Madera y productos forestales sostenibles

Fomento de la certificación de productos forestales

Se dará continuidad al fomento de la utilización de productos forestales con certificación ecológica con sello FSC, PEFC o similar en virtud del Decreto de 15 de junio de 2010 del Ayuntamiento de Madrid, que incorpora criterios ambientales y sociales en los contratos municipales de adquisición de estos productos.

En cumplimiento de esta normativa municipal, el Instituto Municipal de Consumo continuará, al igual que en años anteriores, editando en papel con certificado ecológico las publicaciones y carteles que se realicen en 2016.

Coalición de la madera tropical sostenible

En noviembre de 2013 se formó en ámbito europeo una coalición internacional de colaboración público privada a la que la ciudad de Madrid se sumó junto con un grupo de municipios, empresas, organizaciones no gubernamentales y otras instituciones. Su objetivo es promover la gestión sostenible de los bosques tropicales mediante el incremento de la demanda de madera certificada a escala europea. Esta coalición denominada Sustainable Tropical Timber Coalition (Coalición Europea de la Madera Tropical Sostenible) ha estado promovida por la organización holandesa IDH, The Sustainable Trade Initiative (Tropical Timber Programme) y financiada por el Ministerio de Medio Ambiente holandés.

El Ayuntamiento de Madrid, a través de las Áreas de Medio Ambiente y Movilidad y de Seguridad y Emergencias, suscribió un convenio de colaboración con la Fundación Comercio para el Desarrollo (COPADE), socio de la coalición, en el que se incluía un plan de acción para dos años, que comprendía un total de 14 actuaciones destinadas a promover el uso de la madera tropical producida y distribuida en condiciones sostenibles para su aplicación en el ámbito municipal. Se trata de acciones de promoción de la contratación de madera sostenible con el desarrollo del decreto de productos forestales vigente, de evaluación y seguimiento y de formación y difusión a empresas, instituciones y a la ciudadanía en general. Durante el ejercicio 2016 corresponde, realizar el informe de evaluación y la justificación técnica y económica de las actuaciones realizadas dentro del plan de acción.

5. Colaboración con Marine Stewardship Council para el fomento del consumo de productos de pesca sostenible

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

El Ayuntamiento de Madrid, a través del Área de Gobierno de Seguridad y Emergencias, y MSC firmaron en el año 2013 un convenio con vigencia hasta finales del pasado ejercicio, que tenía como objetivo instrumentar la colaboración de ambas entidades, en aras de propiciar el fomento entre los ciudadanos madrileños el conocimiento y sensibilización sobre los problemas asociados a la sobreexplotación de los recursos pesqueros y las alternativas existentes para el consumo responsable de estos alimentos.

En el año 2016 se promoverá la firma de un nuevo convenio con esta organización, para el mantenimiento de los citados objetivos con la realización de una campaña de difusión en marquesinas de autobuses con motivo del día mundial de los océanos el 8 de junio sobre el consumo responsable de pescado.

.....

LÍNEA DE ACCIÓN II. Información y divulgación sobre consumo

1. Elaboración, edición y difusión de materiales divulgativos sobre consumo

Nuevas publicaciones

Se diseñarán dos nuevos folletos destinados a los empresarios y profesionales de los diversos sectores económicos, promoviendo la información y el conocimiento básico del consumo a fin de conseguir bienes o servicios seguros y de calidad.

Dado que el sector de la telefonía viene siendo en los últimos años el que es objeto de mayor número de reclamaciones, en 2016, se elaborará un nuevo folleto destinado a fomentar el conocimiento entre los consumidores acerca de los aspectos fundamentales a tener en cuenta en la contratación de servicios telefónicos. Dicho folleto se difundirá a través de la red y también en formato impreso a través de las 22 oficinas de OMIC.

Como nueva publicación, se traducirá al inglés la guía básica para turistas desarrollada el pasado año, de modo que pueda estar disponible en puntos de información turística.

Dentro de las actividades previstas en el programa de mejora de la protección de los derechos de los turistas, como consumidores en la ciudad de Madrid se editará, en español y en varios idiomas, un folleto dedicado a informar tanto a éstos como a los ciudadanos madrileños sobre cómo presentar una reclamación de consumo ante la Oficina Municipal de Información al Consumidor.

Actualizaciones y revisiones de guías y folletos

Como es tradicional en los periodos de verano y de Navidad, se actualizarán las dos guías respectivas existentes que recogen las cuestiones de mayor interés y actualidad para el consumidor en esas fechas.

Los cambios acaecidos en los últimos meses del año anterior referidos al sistema de facturación de la electricidad, otro de los sectores más reclamados, hacen necesaria la revisión y actualización del folleto existente “Factura de la electricidad. Estrategias para ahorrar”.

Se revisará en profundidad el contenido del folleto existente sobre Comercio Justo, editándose uno nuevo con el fin de proporcionar a los madrileños unas nociones básicas sobre el concepto de “Ciudad por el Comercio Justo” y sus objetivos,

enumerando los productos de comercio justo existentes a los que pueden acceder, y que será distribuido en las campañas informativas realizadas en colaboración con las asociaciones de consumidores.

Se procederá también a la revisión y reedición de los folletos “Errores frecuentes en materia de consumo”.

Códigos de buenas prácticas

Se van a editar cuatro Códigos Buenas Prácticas, tres de los cuales se refieren a la actualización de los códigos ya existentes correspondientes a los sectores de cerrajería, comercio textil y autoescuelas. Además, se tiene prevista la edición de un Código de Buenas Prácticas en un nuevo sector empresarial que es el de hostales.

Laudos arbitrales

Con motivo de la celebración del trigésimo aniversario de la Junta Arbitral de Consumo del Ayuntamiento de Madrid se tiene previsto efectuar en 2016, la edición (en formato CD), de una recopilación selectiva de los laudos dictados por la Junta Arbitral en los años 2012, 2013 y 2014. La recopilación ha sido realizada en 2015. Su difusión se realizará en la jornada conmemorativa de este aniversario, así como a través de la página web, de los servicios de consumo municipales y en colaboración con las asociaciones de consumidores.

2. Información a consumidores y empresarios a través de la página web municipal

La web municipal constituye uno de los elementos esenciales en la difusión de la información sobre consumo, tanto a la información general o sectorial, como en cuanto la actividad de los servicios que, en materia de consumo, ofrece el Ayuntamiento de Madrid a los ciudadanos. Por ello, durante el año 2016 se mantendrá el esfuerzo de incorporación de contenidos y actualización de los ya existentes. Este esfuerzo se concentrará fundamentalmente en las acciones que se indican a continuación.

- Actualización permanente de precios, tarifas, legislación, instalaciones y servicios municipales.
- Actualización continuada en cuanto a la composición de los órganos colegiados, como el Consejo Municipal de Consumo y el Foro de Comercio

Justo, así como sobre el espacio dedicado a las asociaciones de consumidores.

- Información general sobre las oficinas de OMIC y la referida a la presentación reclamaciones, así como las actualizaciones necesarias para dar soporte al sistema de cita previa corporativo a través de la web.
- Información sectorial comprendida dentro del espacio de la OMIC, con la revisión y actualización de todos los sectores actualmente publicados a excepción del de la “electricidad” que ha sido objeto recientemente de una completa renovación.
- Comunicaciones o notas informativa específicas o particulares: con ellas se busca, a través de la Web, la divulgación de los derechos que asisten al consumidor ante situaciones especiales o sobrevenidas con gran impacto sobre éste y la opinión pública. Estas comunicaciones se remitirán también al teléfono de información municipal 010, para que puedan atender las consultas telefónicas que realicen los ciudadanos.
- Publicaciones en web: además de incorporar los nuevos materiales divulgativos desarrollados, se realizará una revisión periódica de estas publicaciones para retirar aquellas cuyos contenidos se encuentren desactualizados.
- Campañas de comunicación específicas. Se reservará dentro de los contenidos destacados del espacio de consumo web, uno destinado a la publicación de la imagen, documentos y otros contenidos asociados a las campañas de comunicación programadas u otras actividades de interés puntual.
- Asesoramiento en la gestión de la economía doméstica: se trabajará en la ampliación de este especial informativo creado el pasado año, incorporando los nuevos materiales y herramientas de cálculo, enlaces, publicaciones afines al tema, etc., realizando en su caso las modificaciones estructurales necesarias a medida que vaya creciendo el volumen de información existente.
- Diccionario de consumo: este contenido está compuesto actualmente de más de 300 voces ordenadas alfabéticamente. Durante el año 2016 se prevé incorporar nuevas voces o términos y actualizar la normativa en voces o términos incluidos con anterioridad. La actualización incluirá la supresión de las fichas o voces del diccionario que, a causa de novedades legales, así lo justifiquen.

- Información para empresarios: durante el año 2016, además de la habitual publicación de las campañas de inspección programadas para este ejercicio y sus correspondientes protocolos, así como de las evaluaciones de las campañas de inspección una vez concluidas, se hará una revisión completa y actualización de la estructura y contenidos de este espacio a fin de hacer más sencilla su utilización.
- Códigos de Buenas Prácticas: se actualizarán los contenidos existentes en el espacio destinado a códigos de buenas prácticas en la página web municipal. Esta acción incluirá los códigos editados en nuevos sectores empresariales, los actualizados, la correspondiente documentación complementaria, así como las empresas que se adhieran a los mismos.
- Arbitraje de consumo: se realizará la actualización de los contenidos sobre arbitraje existentes en la web municipal, especialmente en lo que respecta al listado de árbitros acreditados ante la Junta Arbitral de Consumo del Ayuntamiento de Madrid y al censo de empresas adheridas al Sistema Arbitral. Se publicará también el nuevo libro de laudos.
- Comercio justo: constituye un objetivo prioritario para el ejercicio 2016 realizar la revisión completa y actualización de los contenidos existentes en la web sobre comercio justo www.madrid.es/comerciojusto, incidiendo especialmente en el listado de establecimientos que ofrecen en la capital productos de comercio justo. A través de este espacio se publicará el Programa de trabajo 2016-2017 aprobado por el Foro Municipal de Comercio Justo, así como noticias, actividades y documentos relacionados con el fomento de estos productos en la ciudad de Madrid. Se difundirán las buenas prácticas desarrolladas por otras ciudades sobre comercio justo y que puedan servirnos de referencia. También se impulsarán en el blog noticias y eventos sobre comercio justo de interés para los madrileños.

3. Campañas de comunicación

En 2016 se realizarán varias campañas de divulgación en materia de consumo. Para su difusión se utilizarán diversos instrumentos, dependiendo de cada caso concreto, tales como: carteles en elementos de mobiliario urbano, celebración de eventos, imagen web a difundir dentro de los contenidos de consumo o promocionales y documentación asociada, notas de prensa e información a través de redes sociales o el blog diario.madrid.

Durante el año 2016 se incrementarán las campañas de comunicación, en particular aquellas destinadas al fomento de un consumo responsable de productos y servicios. Las campañas que han sido programadas para 2016, son las siguientes:

- Las rebajas (Enero 2016). Se destacarán en los contenidos de consumo un folleto en el que se difunde el mensaje de “En rebajas no se rebajan tus derechos”.
- Día Mundial del Consumidor: 15 de marzo. Se instalarán carteles en un circuito de marquesinas de autobuses destinadas al impulso del consumo responsable que se complementarán con un video divulgativo. Además se hará un apartado promocional en web al que estarán asociados el video, información sobre los puntos en donde se ubicarán el día 15 de marzo los 8 puntos informativos en ejes comerciales y mercados municipales, así como el material divulgativo que se distribuirá en los mismos. Todo ello se complementará con difusión en redes sociales y una nota de prensa.
- Día Internacional del Comercio Justo (mayo). Campaña en marquesinas, otras actividades y eventos en colaboración con las organizaciones de comercio justo.
- Trigésimo aniversario de la Junta Arbitral de Consumo (20 de mayo). Se celebrará una jornada técnica que será presentada por la Alcaldesa de Madrid. Además se instalará un cartel en un circuito de marquesinas de autobuses para difundir entre los consumidores el sistema arbitral de consumo como mecanismo extrajudicial de resolución de conflictos de consumo y se difundirá un CD con una selección de laudos dictados en la Junta Arbitral de Consumo del Ayuntamiento de Madrid en los últimos años.
- Vuelta al cole. El mes de junio es un momento clave en la adquisición de libros de texto y material escolar del curso académico siguiente y supone un esfuerzo especial en la economía familiar. Es el momento preciso para reforzar la difusión de los valores del consumo responsable.
- Mes del Comercio Justo (Octubre). Durante este mes se programarán un conjunto de eventos destinados a promover el comercio justo y contribuir así al mantenimiento de la acreditación que posee Madrid como “Ciudad por el Comercio Justo”.
- Campaña de Navidad. La campaña, cuyos materiales se incluirán dentro de la página web de consumo consistirá en la elaboración de un cuadríptico

con consejos y recomendaciones dirigidos a los consumidores madrileños para que en las fechas navideñas se pongan en práctica hábitos de consumo responsable, justo y solidario. Por otro lado, desde finales del mes de noviembre y hasta principios del mes de enero se llevará a cabo un control de alrededor de 400 establecimientos comerciales y puestos de venta ambulante autorizados, y se inspeccionará en torno a los 2.000 productos dando preferencia a los juguetes, artículos y productos típicamente navideños que no sean de carácter alimentario, artículos de regalo, pequeños electrodomésticos y plantas ornamentales; se comprobará que cumplen las normas de seguridad, calidad y de garantía y que no se lesionan los intereses económicos de los consumidores.

Además de estas campañas programadas se difundirán a través de la web diversas notas de prensa relativas a las actividades desarrolladas por el Instituto Municipal de Consumo en defensa de los derechos de los consumidores, y la colaboración con asociaciones de consumidores, organizaciones empresariales u otros organismos o entidades.

4. Actividades de información en colaboración con las asociaciones de consumidores

Para dar continuidad a las actividades realizadas en los últimos años y destinadas a acercar la información sobre consumo a todos los madrileños, se instalarán 8 puntos informativos en espacio público, para lo cual se suscribieron convenios de colaboración con las ocho asociaciones de consumidores integradas en el Consejo Municipal de Consumo. En este año se hará especial hincapié en los temas de consumo responsable y difusión de los valores del Comercio Justo. Estos convenios comprenden la realización de los siguientes programas:

- Programa de información en mercadillos: a través de él se trata de acercar a los vecinos de los diferentes distritos de Madrid información sobre sus derechos y obligaciones. Se atenderán sus consultas en un punto de información que se instale en fechas predefinidas en dichos mercadillos. En estos puntos, técnicos de las asociaciones de consumidores, atienden las consultas que se deseen formular en materia de consumo y se distribuye material divulgativo elaborado por el Instituto Municipal de Consumo. Los mercadillos en los que se realizará este programa se determinarán en coordinación con el Servicio del Ayuntamiento de Madrid competente en materia de venta ambulante.

- Programa de información en ejes comerciales: este programa se desarrollará el Día Mundial del Consumidor y otras fechas de especial relevancia para el consumo. Como novedad, este año 2016, varios de los puntos informativos se instalarán en mercados municipales de distintos barrios de Madrid. En ellos se distribuirá diverso material divulgativo y se atenderá a las consultas formuladas por los consumidores.

Para el desarrollo de ambos programas, cada asociación colaborará con 60 horas de información, lo que supone un total de 480 horas.

5. Programa de asesoramiento en la gestión de la economía doméstica. Colaboración con la Oficina de Intermediación Hipotecaria

Durante el año 2016 se dará continuidad a este programa que se inició en octubre de 2014 y que se ha revelado de gran utilidad para los consumidores madrileños, especialmente en lo que se refiere a la resolución de consultas en materia económica. Esta actuación se realiza a través del servicio de cita previa corporativo, al que puede accederse también desde el especial informativo existente dentro de los contenidos de consumo de la página web corporativa, www.madrid.es/consumo. Este espacio incluye diversos materiales divulgativos desarrollados por la OMIC Central y por las 8 asociaciones de consumidores participantes en el programa, que se vienen actualizando periódicamente. Así mismo, se incluye una herramienta práctica de cálculo del presupuesto personal y familiar, que se complementará en este ejercicio con otras herramientas de cálculo de amortizaciones de préstamos personales o hipotecarios y enlaces a otras páginas con información sobre la gestión de las finanzas personales.

Para la ejecución práctica de este programa se contará con la colaboración de las asociaciones de consumidores integradas en el Consejo Municipal de Consumo, procediéndose para ello a la renovación de los convenios bilaterales. Se cuantificará dicha colaboración en un total de 800 horas anuales de atención a los consumidores, 100 por cada asociación.

Como novedad, en este año 2016, los convenios recogen la colaboración con la Oficina de Intermediación Hipotecaria (OIH), dependiente del Área de Gobierno de Equidad, Derechos Sociales y Empleo, de modo que puedan atenderse las consultas relativas a créditos hipotecarios que no son susceptibles de mediación en el ámbito de trabajo de dicha oficina.

Precisamente, en aras de conseguir una mayor eficacia y de facilitar el acceso a los ciudadanos, en fechas determinadas, acordadas entre la OMIC y la OIH, los técnicos especialistas en economía doméstica se desplazarán para atender determinadas consultas en la propia sede de la OIH.

LÍNEA DE ACCIÓN III. RESOLUCIÓN DE CONFLICTOS DE CONSUMO

1. Programa de actuaciones de la Oficina Municipal de Información al Consumidor

La Oficina Municipal de Información al Consumidor (OMIC) de Madrid presta, a través de sus 22 oficinas, un servicio directo y gratuito de información y orientación al consumidor, que propicia la resolución amistosa de los conflictos de consumo a través de la mediación con las empresas reclamadas.

Para apoyar el cumplimiento de este objetivo se continuará desarrollando en la OMIC Central, al igual que en ejercicios anteriores, el programa de orientación jurídica gratuita, mediante el cual abogados especializados en la protección de los derechos del consumidor designados por las 8 asociaciones que forman parte del Consejo Municipal de Consumo del Ayuntamiento de Madrid e identificados como representantes de las mismas, ofrecen asistencia jurídica gratuita a los consumidores, respondiendo técnicamente a sus consultas en materia de consumo. Se prevé una colaboración por parte de cada asociación de 210 horas para el desarrollo de este programa.

Durante el próximo ejercicio se pretende dar continuidad a esta línea de acción, dada la función social que cumple y la positiva valoración ciudadana del servicio, impulsando también nuevas acciones, como las siguientes:

- **Impulso de la mediación desde la OMIC para el acceso a suministros y servicios básicos**

Mediante esta acción se pretende reforzar el papel de mediación que tradicionalmente viene desarrollándose a través de la OMIC con las grandes empresas de suministros, para dar una respuesta ágil a situaciones de vulnerabilidad, exclusión o marginalidad generadas por la crisis, y contribuir así a lograr el objetivo de que todo hogar pueda responder y cubrir todas aquellas necesidades básicas en los suministros de energía (electricidad y gas), agua y telefonía en el caso de aquellas viviendas con teleasistencia.

Además de las acciones divulgativas que permitan capacitar al consumidor para un consumo responsable de estos servicios y gestionar mejor su economía familiar, se impulsará la mediación con las compañías para evitar o

retrasar el corte de suministros básicos mientras esté en curso una reclamación.

La acción se plantea en coordinación con otras áreas y departamentos municipales, en particular con los servicios sociales, poniendo a disposición de éstos la experiencia y conocimientos de los profesionales de la OMIC respecto a la regulación del suministro eléctrico y su facturación para, en conjunto, poder desde el Ayuntamiento de Madrid dar mejor respuesta a las situaciones de pobreza energética, planteando además propuestas de reforma normativa en aspectos como el bono social o las potencias normalizadas y colaborando en las medidas de apoyo a los consumidores vulnerables que se pudieran establecer.

- **Observatorio de las reclamaciones de consumo**

La Oficina Municipal de Información al Consumidor emprenderá en 2016 las tareas necesarias para la puesta en marcha del observatorio de las reclamaciones de consumo como nuevo instrumento de análisis de las reclamaciones de recibidas con objeto de determinar los sectores que son objeto de mayor número de reclamaciones y clasificando los motivos de las mismas y, en su caso, adoptar las medidas correctoras o paliativas necesarias. Se elaborarán informes semestrales que servirán también de base para la propuesta de temas a estudiar por la Oficina de Investigación de Consumo.

- **Encuestas de satisfacción de los usuarios de OMIC**

La OMIC programará de manera continuada a lo largo de todo el año la realización de encuestas referidas a la satisfacción de sus usuarios, evaluando trimestralmente la evolución de los cinco indicadores de satisfacción ciudadana recogidos en su carta de servicios y elaborará, con periodicidad trimestral informes en los que se recogerán los valores obtenidos y el análisis de su evolución y la propuesta de medidas para la mejora continua.

2. Programa de actuaciones para el fomento del Sistema Arbitral de Consumo

Este programa persigue un doble objetivo, por una parte, agilizar la tramitación de las solicitudes de arbitraje que presentan los madrileños, tratando de reducir el tiempo que transcurre entre la presentación de las mismas y la emisión del laudo arbitral y, por otra, fomentar el arbitraje de consumo como sistema extrajudicial de resolución de los conflictos que puedan surgir entre consumidores y empresarios en sus relaciones comerciales.

Con esas finalidades se van a desarrollar diferentes actuaciones, entre las que destacan:

- **Promover las comunicaciones por correo electrónico con empresas, así como con árbitros de las organizaciones de consumidores y empresarios.**

En 2016 se dará continuidad al desarrollo de las comunicaciones realizadas por vía electrónica en el marco del trabajo desarrollado por la Junta Arbitral de Consumo, tratando de incrementar su número, tanto en el caso de las empresas adheridas al Sistema Arbitral de Consumo, como de las que no lo están, siempre que acepten el arbitraje. De igual forma, se fomentarán las comunicaciones por correo electrónico con los árbitros integrantes de colegios arbitrales, propuestos por las asociaciones de consumidores y organizaciones empresariales.

- **Celebración de una jornada técnica conmemorativa del trigésimo aniversario de la Junta Arbitral de Consumo del Ayuntamiento de Madrid**

La Junta Arbitral de Consumo del Ayuntamiento de Madrid fue una de las tres primeras que comenzaron a funcionar en nuestro país, cumpliéndose en mayo de 2016 su trigésimo aniversario. Para conmemorar esta efeméride, está prevista la realización de una campaña informativa que permita difundir y dar a conocer el Sistema Arbitral de Consumo entre consumidores y empresarios, como herramienta de resolución extrajudicial de conflictos de consumo.

Una de las acciones principales de esta campaña es la organización de una jornada técnica sobre arbitraje de consumo, prevista para el 20 de mayo de 2016, que permita el encuentro de todos los agentes que contribuyen al desarrollo de la actividad de la junta arbitral (personal municipal, las Asociaciones de Consumidores y las Organizaciones empresariales). Dicha jornada tiene como fin efectuar un análisis y evaluación del procedimiento arbitral a través del tiempo y dar a conocer a los asistentes las perspectivas

futuras en este ámbito.

De forma complementaria se va a desarrollar una campaña de divulgación en mobiliario urbano para la difusión del sistema arbitral de consumo, y a difundir un CD recopilatorio de los laudos emitidos en los últimos años lo que contribuirá a incrementar el conocimiento de la actividad arbitral entre los ciudadanos.

- **Campaña para la actualización del censo de empresas adheridas al Sistema Arbitral de Consumo**

Se prevé durante el ejercicio 2016 llevar a cabo una campaña de actualización del censo de empresas adheridas al Sistema Arbitral de Consumo, mediante la comprobación in situ de la existencia de las mismas y de sus características inherentes (titularidad, actividad, adhesión al Sistema Arbitral de Consumo, etc.). Ello permitirá actualizar el listado de empresas adheridas a dicho sistema que es accesible a todos los ciudadanos mediante su publicación en la web municipal.

- **Arbitraje Turístico**

El Ayuntamiento de Madrid y la Comunidad de Madrid se seguirán prestando el apoyo y la cooperación mutua que ya vienen desarrollando respecto a las actuaciones de divulgación, traslado de solicitudes de arbitraje turístico y fomento de la adhesión de empresas turísticas al Sistema Arbitral de Consumo, en virtud de la prórroga suscrita para 2016 del Convenio de Colaboración en materia de Consumo entre ambas Administraciones.

Con el fin de agilizar la resolución de controversias entre usuarios y empresarios en relación a las actividades del sector turístico y poder evaluar los resultados obtenidos, a lo largo del año 2016, se potenciará la implantación del Protocolo de actuaciones en materia de arbitraje turístico establecido entre ambas administraciones en el marco del convenio, todo ello sin perjuicio de las nuevas actuaciones que en esta materia se prevean en la redacción del nuevo convenio previsto para este año.

3. Desarrollo e implantación de una nueva herramienta informática de tramitación de expedientes en la OMIC y de la Junta Arbitral de Consumo

En los últimos años desde Informática del Ayuntamiento de Madrid (IAM) se ha estado trabajando en el desarrollo de una nueva plataforma informática para gestión de los expedientes de consumo que, basada en el expediente electrónico, permitiera el traslado automático entre las distintas oficinas, la conexión con diversas aplicaciones corporativas para la sistematización e incorporación de determinados datos y la consulta del ciudadano del estado de tramitación de los expedientes a través de Internet.

Desde abril del pasado año comenzó la implantación progresiva en las 22 oficinas de OMIC de la herramienta Platea II, que finalmente hubo de abandonarse por la imposibilidad de acomodarse a las necesidades prácticas del procedimiento y del flujo de los expedientes de OMIC. No obstante, siendo en todo caso necesario sustituir la actual herramienta informática basada en AS400, que procede de los años 90, se trabajará en coordinación con IAM con este fin. Para ello tratará de aprovecharse al máximo el trabajo desarrollado en ejercicios anteriores referido al modelo de datos, diagrama de flujo, comunicaciones con reclamantes y reclamados, etc.

Este desarrollo ha de complementarse en paralelo con uno específico para la tramitación de solicitudes de arbitraje, interconectado con el módulo correspondiente a la OMIC.

.....

LINEA DE ACCIÓN IV. FORMACIÓN EN MATERIA DE CONSUMO

1. Programa anual de formación en consumo dirigido a consumidores y comerciantes

Durante el año 2016 se abordará, como es habitual, un programa anual de formación en materia de consumo que, al igual que en ediciones anteriores, se dirige tanto a los consumidores como a los comerciantes, las dos partes que integran toda relación de consumo. Se mantiene también el formato de las acciones formativas para consumidores, en particular los destinados a los colectivos que deben ser objeto de especial protección como son los escolares, los mayores, los inmigrantes y los discapacitados.

La acción formativa destinada a los comerciantes se desarrollará mediante visitas personalizadas a los establecimientos comerciales de determinadas zonas de la ciudad en las que se informará sobre la obligatoriedad de disponer de hojas de reclamaciones, y se promoverá la adhesión al sistema arbitral de consumo y a los códigos de buenas prácticas sectoriales.

Se incorporan también al programa de formación 2016 algunas novedades en cuanto a la temática de determinadas acciones formativas para los estadios superiores del ciclo educativo relativas a la economía social y solidaria, las cooperativas o las finanzas éticas, a título de ejemplo. De este modo, se suma a la continuidad en la acción formativa, la contribución a los objetivos generales de fomento de un consumo ética, social y ambientalmente responsable.

Otra novedad importante es que durante 2016 la dotación presupuestaria reservada a las actividades de formación, permitirá reforzar considerablemente algunas actividades como los talleres escolares, que aumentan considerablemente su número en relación con ejercicios anteriores. De igual forma, se incrementa el número de centros escolares a los que se realiza la oferta formativa.

Así, el programa de formación en consumo 2016 comprenderá un mínimo de 1.443 acciones formativas, distribuidas de la manera siguiente:

- Talleres escolares: 835
- Gymkhanas de consumo: 2
- Supermercado itinerante: 5
- Sesiones formativas para adultos: 30
- Sesiones en centros de mayores: 21
- Visitas a comerciantes: 550

Entre las actividades dirigidas al colectivo escolar se realizarán talleres de consumo que abordarán temáticas muy diversas, siempre adaptadas a la edad de los participantes, cubriendo la totalidad del ciclo formativo, desde la enseñanza primaria hasta el bachillerato. En los talleres se dedicará una parte importante a temáticas como el consumo responsable, el comercio justo o la gestión del presupuesto personal y la economía doméstica para contribuir dentro de la esfera de la formación a los objetivos del resto de los programas de actuación que está desarrollando el Instituto Municipal de Consumo.

2. Formación en materia de consumo para personal del Ayuntamiento de Madrid a través del Instituto de Formación y Estudios del Gobierno Local de Madrid

La formación especializada dirigida específicamente a los trabajadores municipales adscritos a los servicios de consumo es uno de los ámbitos de actuación que requiere una acción continuada, dadas las modificaciones legislativas que se producen constantemente tanto en la normativa general como sectorial y que, directa o indirectamente, tienen incidencia sobre el consumo, junto con los cambios que vienen surgiendo de la propia evolución del mercado y la oferta de nuevos productos y servicios. La oferta formativa se diseña desde el Instituto Municipal de Consumo y los Distritos, en coordinación con el Instituto de Formación y Estudios del Gobierno Local de Madrid.

Para el año 2016, las propuestas formativas realizadas priorizan los sectores y prácticas comerciales que son objeto de mayor número de reclamaciones por parte de los consumidores, en concreto los siguientes cursos:

Una edición:

- Garantía de los productos y servicios posventa
- Condiciones generales y cláusulas abusivas
- La venta y el alquiler de viviendas
- Comercio Online. La protección del consumidor en la venta a distancia de servicios y productos. Entorno legal del comercio electrónico
- Arbitraje de Consumo: regulación normativa

Dos ediciones:

- Las consecuencias de la Ley 3/2014 de 27 de marzo, que modifica el texto refundido de la Ley General para la defensa de los Consumidores y Usuarios;
- Ejercicio de acciones judiciales en defensa de los consumidores.

Nuevos cursos:

- Publicidad engañosa. Prácticas comerciales desleales.
- Agencias de viajes, viajes combinados y transportes, sobre todo transporte aéreo.

Además se promoverá la asistencia de los trabajadores municipales adscritos a los servicios de consumo a cursos y jornadas especializadas promovidas por otros organismos, instituciones o entidades, con objeto de promover la formación continua de los mismos.

3. Actividades formativas sobre consumo dirigidas a otros colectivos municipales

- **Colaboración con el Centro Integral de Formación de Seguridad y Emergencias (CIFSE)**

Una acción coordinada con la Policía Municipal resulta esencial en determinadas campañas de inspección y, muy especialmente, en la retirada del mercado de productos inseguros incluidos en las redes de alerta, así como en garantizar el derecho a reclamar de los consumidores mediante la obligatoriedad de los establecimientos de disponer de hojas del sistema unificado de reclamaciones.

Con este objetivo, se elaboró y promovió, en colaboración con el Centro Integral de Formación de Seguridad y Emergencias (CIFSE), la celebración de un curso de formación en Consumo, dirigido a todo el personal adscrito a Policía Municipal e impartido por técnicos municipales expertos en consumo, que tuvo su primera edición en el último trimestre de 2015 y que será objeto de una nueva edición en 2016.

Sin duda que esta acción formativa contribuirá a mejorar la información y a impulsar y mejorar los servicios que en materia de seguridad de consumo no alimentario presta el Cuerpo de la Policía Municipal de Madrid a los ciudadanos.

Dentro de los contenidos del curso se incluye información general de la

actividad del Instituto Municipal de Consumo y los Departamentos de Sanidad y Consumo de los distritos, así como formación específica en relación con la actuación de policía administrativa en materia de seguridad de los productos, derechos de los consumidores en espectáculos públicos y recreativos y establecimientos turísticos, arbitraje de consumo y hojas del sistema unificado de reclamaciones.

Como complemento a la actividad formativa, está prevista una nueva actividad de elaboración de protocolos o documentos sencillos en materia de consumo, que sirvan de base para la actuación de los agentes de la policía municipal en dicha materia.

- **Colaboración con la Oficina de Intermediación Hipotecaria**

En el marco de colaboración con las asociaciones de consumidores, está previsto reservar alguna de las sesiones para ser realizadas en la sede de la Oficina de Intermediación Hipotecaria y contribuir a la formación de sus trabajadores mediante la impartición de contenidos específicos sobre compra de viviendas y créditos hipotecarios desarrollados por parte de los abogados o economistas que atienden el programa de asesoramiento en la gestión de la economía doméstica.

- **Colaboración con la Dirección General de Calidad y Atención al Ciudadano (010)**

La formación de los trabajadores del 010 en materia de consumo y sobre el funcionamiento de la Oficina Municipal de Información al consumidor en sus 22 sedes es esencial de cara a una mayor eficiencia del servicio, en particular para la concertación de citas con los ciudadanos. Para ello, se estará en permanente contacto con esta Dirección General para detectar las necesidades de formación o información documental que se estimen necesarios para la mejora de la prestación del servicio.

.....

LINEA DE ACCIÓN V. ACTUACIONES DIRIGIDAS AL EMPRESARIO

1. Acciones informativas dirigidas a empresarios

La colaboración con las asociaciones empresariales está orientada a conseguir un clima de confianza entre los empresarios, en el que la información y asesoramiento municipal supongan un estímulo y una ventaja competitiva para el desarrollo de su actividad, al mismo tiempo que se potencie un comercio de calidad respetuoso con los derechos del consumidor.

Durante el año 2016, se continuarán los contactos con las asociaciones sectoriales representativas en las que se comunicarán los objetivos de las campañas de inspección programadas y la información actualizada relacionada con esta actividad del Instituto a la que también podrán acceder a través del especial informativo existente en la página web, en el que podrán encontrar:

- ✓ Informes sobre novedades legislativas de consumo y otros asuntos de interés para las PYMES.
- ✓ Planes de inspección en materia de consumo del Ayuntamiento de Madrid.
- ✓ Protocolos utilizados por los servicios municipales en las campañas de inspección.
- ✓ Guías o códigos recopilatorios de carácter sectorial, como los Códigos de Buenas Prácticas en Consumo.
- ✓ Listas de chequeo por sectores para realización de auto-contrroles y auditorías.

2. Elaboración, actualización e implantación de Códigos y Manuales de Buenas Prácticas

Dentro de este marco se prevé en 2016 el desarrollo de las siguientes acciones:

Revisión y actualización de códigos ya editados

Son ya 18 los sectores que cuentan con Códigos de Buenas Prácticas. Los cambios normativos que se van produciendo en la legislación general o sectorial exigen una labor continuada de revisión y actualización de los códigos ya editados para su adecuación al marco legislativo vigente.

En 2016 se acometerá la actualización de tres de estos Códigos de Buenas Prácticas. En concreto, los relativos a los sectores de comercio textil (primer cuatrimestre de 2016), cerrajerías (segundo cuatrimestre de 2016) y autoescuelas (tercer cuatrimestre de 2016).

Nuevo Código de Buenas Prácticas

En 2016 se tiene previsto editar e implantar un nuevo Código de Buenas Prácticas dedicado al sector de hostales, fruto del acuerdo suscrito con la Asociación de Empresarios de Hospedaje de la Comunidad de Madrid (AEHCAM).

Implantación del Código de Buenas Prácticas de Restauración y Ocio Nocturno

En este sector se cuenta con un Código de Buenas Prácticas ya aprobado y editado que ha sido consensuado con once organizaciones del sector. Además para facilitar su implantación, en este caso, se ha elaborado un segundo documento consistente en un “catálogo” que recoge los 19 compromisos adquiridos por los establecimientos que se adhieran al mismo.

De igual forma y, para su implantación en 2016, se realizará una acción específica de comunicación con los establecimientos del sector para promover su adhesión a este código.

3. Actualización del censo de empresas adheridas a Códigos de Buenas Prácticas

Está previsto iniciar el desarrollo de una acción de revisión documental sobre los establecimientos que figuran en el censo de empresas adheridas a los códigos, al objeto de conseguir su actualización. Para ello se tomarán como referencia los sectores correspondientes a los códigos recientemente actualizados.

4. Acciones de comunicación y difusión de los Códigos de Buenas Prácticas

Para dar a conocer los Códigos de Buenas Prácticas editados y promover la adhesión a los mismos por parte de las empresas, se van a desarrollar las siguientes actuaciones de comunicación:

- Dentro del primer semestre de 2016, se realizará una Campaña de comunicación directa dirigida a los empresarios, con el objetivo de proporcionarles información sobre las ventajas de los establecimientos adheridos a los Códigos de Buenas Prácticas y al Sistema Arbitral de Consumo, promoviendo así su adhesión.

Esta campaña se desarrollará de forma individualizada, en torno a 295 establecimientos, mediante la planificación de itinerarios por distritos, centros comerciales abiertos o sectores objeto de Código, sin perjuicio de que también se desarrollen reuniones de trabajo en las sedes de las Asociaciones empresariales.

- A lo largo de todo el año, se desarrollará una campaña informativa dirigiendo un mailing a más de 20.000 empresarios pertenecientes a los diferentes sectores que cuentan con un Código de Buenas Prácticas aprobado. Es significativo el número de ejemplares porque la implantación del código, en este caso afecta a un sector como el de Restauración y Ocio Nocturno, que tiene un extraordinario censo de establecimientos.
- También, con independencia de los códigos se promoverá la elaboración de nuevos documentos informativos dirigidos al sector empresarial que faciliten el cumplimiento de la normativa de consumo, que se añaden a los ya existentes, tales como el tríptico sobre Código de Buenas Prácticas en materia de protección al consumidor dirigido a los empresarios, entre otros.

5. Oficina de Investigación de Consumo

La Oficina Municipal de Investigación de Consumo tiene como objetivo principal reforzar la protección de los derechos de los ciudadanos madrileños en sus relaciones de consumo.

Para ello, a lo largo de 2016, se realizarán estudios que profundicen en el análisis de sectores y materias para los que es necesario reforzar la protección del consumidor. En concreto, a lo largo de 2016 elaborará diversos informes sobre materias tales como: Montes de Piedad; empeño (contrato prendario) o compraventa con pacto de retro de vehículos, a partir de la oferta comercial y publicitaria documentada; contratación a distancia de servicios para cuya prestación se requiere la entrega por la empresa de un resguardo de depósito (taller mecánico, tintorería, ...); buscadores de empleo y acceso indebido a los datos personales de desempleados por parte de empresas de formación. Además, se añadirán aquellos otros estudios en la detección de fraudes o problemas emergentes que surjan en el transcurso del año, con la finalidad de informar y prevenir a los ciudadanos sobre posibles vulneraciones de sus derechos como consumidores.

6. Actividades de inspección.

La inspección de consumo tiene como objetivo básico ejercer el control del mercado en aras de proteger la seguridad, la salud y los legítimos intereses económicos de los consumidores. La actividad inspectora que realizan los servicios de consumo del Ayuntamiento de Madrid se integra dentro de la programación anual del de inspección de Consumo que llevan a cabo conjuntamente y de manera coordinada el Instituto Municipal de Consumo y los Distritos.

Al igual que en ejercicios anteriores, las actuaciones previstas en materia de inspección se clasifican en:

- Actividades programadas de inspección.
- Actuaciones que tienen su origen en denuncias y reclamaciones.
- Actuaciones en seguridad de los productos: red de alerta y toma de muestras.

Actividades Programadas de Inspección

Esta actividad se basa en un plan propio de inspecciones elaborado por el Servicio de Inspección del Instituto Municipal de Consumo y los Departamentos de Servicios Sanitarios, Calidad y Consumo de los 21 distritos de la ciudad de Madrid. Para el año 2016 está previsto realizar 15 campañas de inspección.

La selección de sectores a inspeccionar se ha realizado atendiendo a tres criterios: programas de continuidad, campañas relacionadas con la problemática existente en sectores económicos específicos y campañas en sectores novedosos. En el año 2016 se va a incidir más en aquellos sectores en los que se han recibido mayor número de reclamaciones y denuncias y en aquellos otros sectores en los que los resultados obtenidos en campañas realizadas en años anteriores no han sido satisfactorios.

- **Programas de Continuidad.** Se incluyen en este grupo determinadas campañas que se ejecutan todos los años esenciales a la actividad inspectora. Así se tienen en cuenta: la seguridad de productos, la consecución de objetivos cuantitativos, el mayor índice de incumplimientos, el aumento constante de la actividad comercial. En este grupo se incluyen las primeras siete campañas previstas para 2016:

1. Programa de toma de muestras.
2. Programa de inspección y control de seguridad de los productos.
3. Programa de inspección y control general de establecimientos.
4. Programa de inspección y control de venta ambulante autorizada.
5. Programa de inspección y control de ventas en promoción.
6. Programa de inspección y control de comercio electrónico.
7. Programa de inspección de Navidad.

- **Campañas relacionadas con la problemática existente en sectores económicos.** En este tipo de campañas se va a incidir más en el año 2016. La razón fundamental para dicha atención es la alarma social, la existencia de noticias en medios de comunicación o las denuncias continuas que inciden en la selección de sectores económicos que reiteradamente aparecen como infractores de la normativa sobre consumo. En este grupo se encuentran incluidas también determinadas campañas que han presentado en ejercicios anteriores una evaluación no satisfactoria. En 2016, y teniendo en cuenta este criterio, se prevén realizar las siguientes campañas:

8. Campaña de inspección y control de tiendas de móviles.
9. Campaña de inspección y control de tintorerías y arreglo de ropa.
10. Campaña de inspección y control de locutorios.
11. Campaña de inspección y control de SAT de telefonía y de informática.
12. Campaña de inspección y control de venta de animales de compañía.
13. Campaña de inspección y control de venta de muebles.
14. Campaña de inspección y control de reparación de calzado.

La campaña de inspección y control de venta de animales de compañía se desarrollará en coordinación con Madrid Salud y los Departamentos de Servicios Sanitarios, Calidad y Consumo de los Distritos.

- **Campañas en sectores económicos novedosos.** El último criterio se centra en la realización de campañas que no se han realizado anteriormente de forma específica, o bien las que son debidas a la aparición de modificaciones relevantes de la normativa específica reguladora de una determinada actividad económica. Estos criterios requieren un control inicial para conocer la situación del sector y evaluar la adopción de medidas preventivas para mejorar la garantía de los derechos de los consumidores. En este grupo se incluye:

15. Campaña de inspección y control de tiendas de iluminación y electricidad.

A la conclusión de las mencionadas campañas de inspección se elaborarán los correspondientes informes de evaluación de cada una de ellas, que se publicarán dentro de los contenidos de consumo de la página web municipal. La información comprenderá datos comparativos con otros años, si éstos existieran, con objeto de comprobar el grado de cumplimiento por parte del sector económico objeto de

inspección.

Las campañas que se desarrollen durante todo el año y que no sean “programas” serán objeto de una evaluación cada seis meses, que se reflejará en un informe semestral de las actuaciones realizadas.

Al margen de estas 15 campañas programadas, y en virtud del convenio de colaboración vigente entre la Comunidad de Madrid y el Ayuntamiento de Madrid para garantizar el mayor nivel de eficacia en la protección de los derechos de los consumidores madrileños, el Instituto Municipal de Consumo colaborará en campañas incluidas dentro del programa nacional y regional de control de mercado que promueve la Comunidad de Madrid. En 2016 se colaborará en un total de 8 campañas: etiquetado y composición del calzado, derecho de desistimiento en el comercio electrónico, toma de muestras de cerámica en contacto con alimentos y de gasolina y gasóleo, control de garantías en productos, empresas de revisión, instalación y mantenimiento de gas, empresas prestadoras de servicios con pagos a través del móvil y alquiler de vehículos.

Actuaciones por denuncias o reclamaciones

Los servicios de consumo son los encargados de verificar los hechos que han sido denunciados o reclamados por los consumidores. Para ello, se atenderá a nuevos procesos de coordinación con el objetivo de mejorar la información y la atención al consumidor. Se elaborará un informe trimestral con las denuncias recibidas y una síntesis de las actuaciones realizadas en cada caso, en coordinación con el Servicio de Información al Consumidor.

Actuaciones en seguridad en los productos: red de alerta y toma de muestras

El Instituto Municipal de Consumo tiene el deber de vigilar que los productos que se pongan en el mercado sean seguros para los consumidores. Para ello, adoptará las medidas provisionales que considere necesarias procediendo, en su caso, a la retirada o recuperación de todos los productos considerados inseguros.

Por este motivo, se incluye en el programa de inspección la campaña de seguridad, que se realiza en colaboración con la Unidad de Medio Ambiente del Cuerpo de Policía Municipal. En aras de conseguir una actuación eficiente por parte de ambos servicios, se mantendrán periódicamente las necesarias reuniones de coordinación para la ejecución de determinadas campañas o la retirada del mercado de determinados productos.

Se realizarán, además, toma de muestras de diferentes productos con objeto de comprobar el cumplimiento de los requisitos de seguridad.

Actuaciones sancionadoras y medidas preventivas

En las actas de inspección que levantan los inspectores queda constancia de las irregularidades que se han detectado durante el control efectuado, lo que sirve de base para proceder a iniciar un procedimiento sancionador.

Los expedientes sancionadores se tramitan por el Instituto Municipal de Consumo o por los Distritos en el caso de infracciones leves. En el caso de infracciones graves, corresponde al Instituto tramitar estos expedientes.

Es también competencia del Instituto Municipal de Consumo el ejercicio de la potestad sancionadora en el ámbito de la Ley 17/1997, de 4 de julio, de Espectáculos Públicos y Actividades Recreativas, concretamente en materia de suspensión o alteración de espectáculos, venta y reventa callejera de localidades, publicidad engañosa, libro de reclamaciones, negativa a permitir el acceso de los agentes de la autoridad en el ejercicio de sus funciones, comisión de dos o más faltas graves en un año y ejercicio del derecho de admisión de forma arbitraria o abusiva. En estos supuestos corresponde al Instituto Municipal de Consumo la tramitación de los expedientes sancionadores por infracciones leves, graves y muy graves.

Como consecuencia de la actuación sancionadora o de los estudios realizados por la Oficina Municipal de Investigación de Consumo, se infieren en algunas ocasiones problemas y comportamientos generalizados que pueden afectar a los derechos de los consumidores. Por ello, el Instituto Municipal de Consumo está llevando a cabo actuaciones preventivas mediante reuniones de trabajo con las empresas o asociaciones de los distintos sectores implicados. En las mismas, se les informa sobre las irregularidades cometidas y el modo de subsanarlas con el objetivo de que, de modo voluntario, sean corregidas.

Además, el Instituto tiene previsto colaborar con distintas organizaciones empresariales representantes de los diversos sectores económicos, promoviendo la información y el conocimiento básico del consumo. El objeto es que la prestación de un servicio de estas características sea seguro y de calidad, poniendo a disposición de las organizaciones empresariales y sus asociados asesoramiento específico sobre cuestiones de contratación y supervisión de cláusulas abusivas, elaboración de protocolos de autocontrol sectoriales en materia de consumo, bien sea a través del

desarrollo de sesiones formativas en materia de consumo, o bien a través del especial informativo de la página web corporativa denominado “Información sobre consumo para empresarios”.

7. Encuesta de satisfacción del cliente del Servicio de Inspección de Consumo

El Servicio de Inspección de Consumo lleva a cabo la actividad de vigilancia y control sobre bienes y servicios destinados a los consumidores, con el fin de comprobar su adecuación a la legislación vigente y proteger así sus derechos.

En este ámbito, con periodicidad bienal, y en función del requerimiento de la Norma ISO 9001:2008 con cuya certificación cuenta el servicio, se han de realizar periódicamente encuestas de satisfacción del cliente. La última encuesta, que se llevó a cabo en 2014, tuvo por objeto conocer las valoraciones de los comerciantes madrileños sobre las actividades inspectoras y sancionadoras emprendidas desde el Instituto Municipal de Consumo y las de los usuarios de la Oficina Municipal de Investigación de Consumo, de modo que sus resultados permitan establecer medidas orientadas a ofrecer a la ciudadanía madrileña un servicio de mayor calidad.

La próxima encuesta se realizará en 2016 y en la misma se valoran aspectos relacionados con la actividad inspectora y sancionadora, como han sido el trato recibido por parte del inspector, la calidad de la información facilitada éste, la periodicidad de las inspecciones, el plazo para subsanar deficiencias, la claridad en la exposición de motivos de la sanción o la atención prestada sobre el expediente sancionador o sobre la reclamación que se ha gestionado. Los resultados de esta encuesta se publicarán en la página web municipal.

.....

LÍNEA DE ACCIÓN VI. TRANSPARENCIA Y CALIDAD EN LA GESTIÓN

1. *Publicidad activa*

La transparencia en la gestión es una de las políticas que deben impregnar la actividad de la Administración pública. De este modo los ciudadanos pueden conocer cuestiones relativas a la toma de decisiones que les afectan, al manejo de los fondos públicos o la actuación de las instituciones en diversos ámbitos, y los poderes públicos se someten al control ciudadano para dar respuesta a una sociedad crítica, avanzada y que demanda participación. En cumplimiento de la Ley 19/2013, de transparencia, acceso a la información pública y buen gobierno y de la próxima entrada en vigor de la Ordenanza municipal de Transparencia, el Instituto Municipal de Consumo publicará a través de la página web corporativa, al menos los siguientes contenidos:

- Plan anual de acción en materia de consumo 2016
- Memoria anual de actividad 2015
- Las campañas de inspección programadas en 2016 y sus protocolos
- Los informes de evaluación de las campañas de inspección ejecutadas
- Las empresas adheridas al Sistema Arbitral de Consumo y a Códigos de Buenas Prácticas
- Los Códigos de Buenas Prácticas sectoriales aprobados y documentación asociada.
- La composición de los siguientes órganos colegiados: Consejo Municipal de Consumo, Foro de Comercio Justo y Comisión Informativa de Régimen Sancionador de Consumo.
- Los criterios interpretativos y las respuestas a consultas emitidas por éste último órgano colegiado.
- Las respuestas a las consultas efectuadas por los Distritos al Instituto Municipal de Consumo
- La Carta de Servicios de la OMIC e información sobre su evaluación anual.
- La información relativa al sistema de calidad del Servicio de Inspección certificado conforme a la norma ISO 9001.
- Resultados de la encuestas de satisfacción de los usuarios de la OMIC y del servicio de Inspección de consumo.
- Todos los materiales divulgativos, efectuándose una revisión trimestral de su actualización.

2. Carta de servicios de la OMIC certificada conforme a la norma UNE 93200

La Carta de Servicios de la OMIC, que en el año 2015 tras la realización del correspondiente proceso de auditoría, fue certificada por AENOR, conforme a la Norma UNE 93200, será objeto en 2016 de su séptima evaluación.

Conforme a los criterios establecidos por la Dirección General de Transparencia y atención a la ciudadanía, en particular la necesidad de establecer metas cuantitativas a todos los indicadores, y el de hacer invocables todos los compromisos, ha llevado a la reformulación de todos los compromisos y sus indicadores. La Carta de Servicios de la OMIC 2015 cuenta con siete compromisos que se miden con un conjunto de 17 indicadores, desglosados para la mediación de cada uno de los compromisos.

Como consecuencia de la revisión de la carta de servicios realizada en el último trimestre de 2015, ha de abordarse la revisión de los procesos, tomando en consideración el flujo de tramitación que haya de establecerse en la nueva plataforma informática de gestión de expedientes de la OMIC.

Los datos obtenidos en la evaluación correspondiente a 2015 serán accesibles al ciudadano, que puede consultar los resultados en el espacio denominado “Observatorio de la Ciudad” de la página web corporativa. Asimismo, se generará un informe de resultados de la encuesta de valoración del servicio realizada, que será remitido al Banco de Estudios y publicado en el espacio correspondiente.

La certificación de la Carta de Servicios de la OMIC por la entidad certificadora AENOR, conllevará la puesta en marcha en 2016 de las medidas observadas por dicha entidad de cara a la mejora del servicio reflejado en los compromisos que la OMIC adquiere con el ciudadano a través de su carta de servicios.

3. Sistema de Calidad UNE EN ISO 9001 del Servicio de Inspección de Consumo

El Servicio de Inspección de Consumo cuenta con un sistema de gestión de la calidad con arreglo a la norma UNE-EN ISO 9001:2008, certificado por CDQ Instituto de Certificación en el año 2015. Este certificado se renueva todos los años y ello supone un compromiso de garantía de calidad en el servicio de control oficial de bienes 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 el año 2016 está previsto renovar la certificación del sistema de calidad y, por este motivo, se realizará la auditoría externa de seguimiento correspondiente al sistema de calidad implantado.

LÍNEA DE ACCIÓN VII. COORDINACIÓN, COLABORACIÓN Y PARTICIPACIÓN EN MATERIA DE CONSUMO

1. Colaboración en materia de consumo con los distritos

La competencia de coordinación de la actuación municipal en materia de consumo asumida por el Instituto Municipal de Consumo desde 2012, ha hecho necesario poner en práctica una serie de acciones de colaboración y coordinación con los servicios de consumo de los distritos de la ciudad de Madrid.

Con este objetivo general, las actuaciones que está previsto realizar en 2016 son las siguientes:

- Actualización de contenidos en el canal institucional AYRE: en colaboración con la Dirección General de Calidad y Atención al Ciudadano del Ayuntamiento de Madrid se mantendrán actualizados en el canal institucional de uso municipal “AYRE” todos los documentos, informes, comunicaciones, instrucciones, procedimientos normalizados, campañas y evaluaciones que se elaboren por el Instituto Municipal de Consumo.
- Resolución de consultas técnicas formuladas por los servicios de consumo de los distritos.
- Publicación de comunicaciones y noticias de interés a través del Canal AYRE, que se complementará con la remisión a los distritos de criterios de actuación ante situaciones de especial relevancia y gravedad, que originen un gran número de reclamaciones o denuncias en todo el municipio de Madrid.
- Remisión a los distritos de los resultados de los procedimientos sancionadores finalizados y sentencias firmes, cuando sean incoados a establecimientos con posible incidencia en todo el municipio de Madrid.
- Envío a dichos servicios de consumo de las actualizaciones legislativas realizadas por el Servicio de Información al Consumidor y el Boletín Informativo de la Dirección General de Consumo de la Comunidad de Madrid, así como cualquier otra información de relevancia para las actuaciones desarrolladas en la materia.
- Reuniones de trabajo en materia de inspección, arbitraje e información al consumidor con objeto de presentar las novedades en actuaciones municipales, hacer un seguimiento de las incidencias acaecidas con ocasión de las informaciones y reclamaciones de los consumidores y de las campañas de inspección, sus protocolos y evaluaciones.
- Creación de grupos informales de trabajo de inspección y de información al

consumidor para evitar posibles duplicidades de actuaciones, aplicando criterios homogéneos en la ejecución de las inspecciones y de las informaciones facilitadas a los consumidores y empresarios. Se mantendrán los grupos de trabajo mixtos con integrantes del Instituto Municipal de Consumo y de los Departamentos de Servicios Sanitarios, Calidad y Consumo de los distritos.

- Elaboración, actualización y seguimiento del cumplimiento de instrucciones y otros procedimientos en materia de consumo no alimentario.
- Revisión y actualización de los procedimientos y los Protocolos de Inspección vigentes de las campañas que se desarrollan anualmente por los distritos, para adaptarlos a los cambios competenciales o legislativos.

2. Revisión de la Instrucción de coordinación del funcionamiento de la OMIC

La instrucción vigente, que fue aprobada el 5 de febrero de 2013, precisa de algunas modificaciones, entre otras, su adaptación a las estipulaciones del convenio suscrito con la Comunidad de Madrid y al sistema de cita previa que “desde el pasado año” se encuentra implantado en todas las oficinas de OMIC.

Durante el ejercicio 2016, se trabajará para incluir las modificaciones mencionadas en la citada instrucción aprovechando esta circunstancia para realizar una revisión completa de todo su texto articulado e incorporar los cambios y ajustes necesarios. La tarea se realizará en coordinación con los servicios de consumo distritales.

3. Comisión informativa sobre la aplicación de la Instrucción del régimen sancionador en materia de consumo no alimentario

Se procederá a la renovación de la composición de este órgano y en cuanto a su cometido técnico, está previsto que en este ejercicio la Comisión aborde, entre otros, las cláusulas abusivas existentes en los contratos, así como el seguimiento del Manual de la Instrucción de Régimen Sancionador, aprobado el 23 de marzo de 2011.

4. Convenio de colaboración con la Consejería de Economía, Empleo y Hacienda de la Comunidad de Madrid

Para el ejercicio 2016 se ha suscrito una nueva adenda de prórroga del convenio de colaboración en materia de consumo, firmado en 2013 entre la Comunidad de Madrid y el Ayuntamiento de Madrid, que ha sido objeto ya de las correspondientes prórrogas anuales en ejercicios anteriores. El objetivo de este convenio de colaboración abarca la gestión coordinada de la información y formación a los consumidores y usuarios, la tramitación de las reclamaciones, la unidad de criterios

en la inspección de establecimientos y actividades, la colaboración y cooperación en arbitraje y códigos de buenas prácticas y la interpretación conjunta de los criterios de inicio de expedientes sancionadores.

Se ha adquirido el compromiso de trabajar conjuntamente con la Dirección General de Comercio y Consumo de la Comunidad de Madrid para proceder a una revisión del conjunto del clausulado del convenio, con el objetivo de suscribir un nuevo texto convencional antes de finalizar el año 2016.

5. Colaboración con asociaciones de consumidores y organizaciones empresariales

El Instituto Municipal de Consumo viene estableciendo desde el año 2004 convenios de colaboración con organizaciones empresariales y asociaciones de consumidores para el desarrollo de diferentes actividades en materia de Consumo.

En 2016, nuevamente, la colaboración entre el Instituto Municipal de Consumo y las ocho asociaciones de consumidores que forman parte del Consejo Municipal de Consumo se sustanciará en dos convenios de colaboración:

- Convenio para el desarrollo de programas de orientación jurídica, información y formación a los consumidores.
- Convenio de asesoramiento en la gestión de la economía doméstica, que en este ejercicio incluye la colaboración con la Oficina de Intermediación Hipotecaria del Ayuntamiento.

Por otra parte, en 2016 se procederá a prorrogar los convenios suscritos por el Ayuntamiento de Madrid con asociaciones de consumidores, organizaciones empresariales y colegios profesionales para el pago de vistas arbitrales en la Junta Arbitral de Consumo municipal.

6. Participación en consumo. El Consejo Municipal de Consumo

El Consejo Municipal de Consumo, órgano a través del cual se canaliza la participación ciudadana sectorial en esta materia, fue renovado al iniciarse el nuevo mandato corporativo, conforme establece su reglamento de funcionamiento. Su función esencial es orientar y asesorar al Ayuntamiento de Madrid en sus actuaciones en materia de protección de los derechos de los consumidores, manteniendo el Pleno del Consejo reuniones periódicas que tienen por objeto someter a consideración las actuaciones más importantes relacionadas con la actividad desplegada por el Instituto Municipal de Consumo.

Entre estas actuaciones destacan la participación y consulta en la elaboración del Plan de acción anual y el seguimiento de su ejecución a lo largo del año, así como la colaboración en la elaboración y difusión del material informativo y los estudios técnicos elaborados por el Instituto Municipal de Consumo.

ANEXO I

TABLA RESUMEN DEL PROGRAMA PRESUPUESTARIO 493.00 "Consumo"

SUBCON	DENOMINACIÓN	IMPORTE
220.00	MATERIAL DE OFICINA NO INVENTARIABLE	5.817
220.01	PRENSA, REVISTAS, LIBROS Y OTRAS PUBLICACIONES	1.000
221.07	IMPRESOS Y FORMULARIOS	21.620
223.00	TRANSPORTES	1.000
226.02	PUBLICIDAD Y PROPAGANDA	34.300
226.06	REUNIONES Y CONFERENCIAS	25.000
226.99	OTROS GASTOS DIVERSOS	4.000
227.06	ESTUDIOS Y TRABAJOS TÉCNICOS	227.470
230.10 /.20	GASTOS PERSONAL DIRECTIVO Y NO DIRECTIVO	1.700
231.10/.11/.20	GASTOS DE VIAJE Y LOCOMOCION DIRECTIVO Y NO DIRECTIVO	2.100
260.00	TRABAJOS DE INSTITUCIONES SIN ANIMO LUCRO	277.476
TOTAL CAP. 2		601.483
TOTAL PROG. 493.00		601.483

ANEXO II
Cronograma campañas programadas de inspección de
consumo año 2016:
Distritos e Instituto Municipal de Consumo.

ANEXO

Cronograma campañas programadas de inspección de consumo año 2016: Juntas Municipales de Distrito e Instituto Municipal de Consumo.

ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
	REPARACIÓN DEL CALZADO										NAVIDAD
	VENTA DE MUEBLES										
	LOCUTORIOS										
	TINTORERIAS										
SAT TELEFONIA E INFORMATICA											
TIENDAS DE MOVILES											
					TIENDAS ILUMINACION Y ELECTRICIDAD						
					VENTA ANIMALES DE COMPAÑIA						
TOMA DE MUESTRAS											
SEGURIDAD DE LOS PRODUCTOS											
COMERCIO ELECTRONICO											
CONTROL GENERAL DE ESTABLECIMIENTOS											
VENTA AMBULANTE AUTORIZADA											
PROMOCIÓN DE VENTAS											

SIC 

DISTRITOS 

SIC+D 