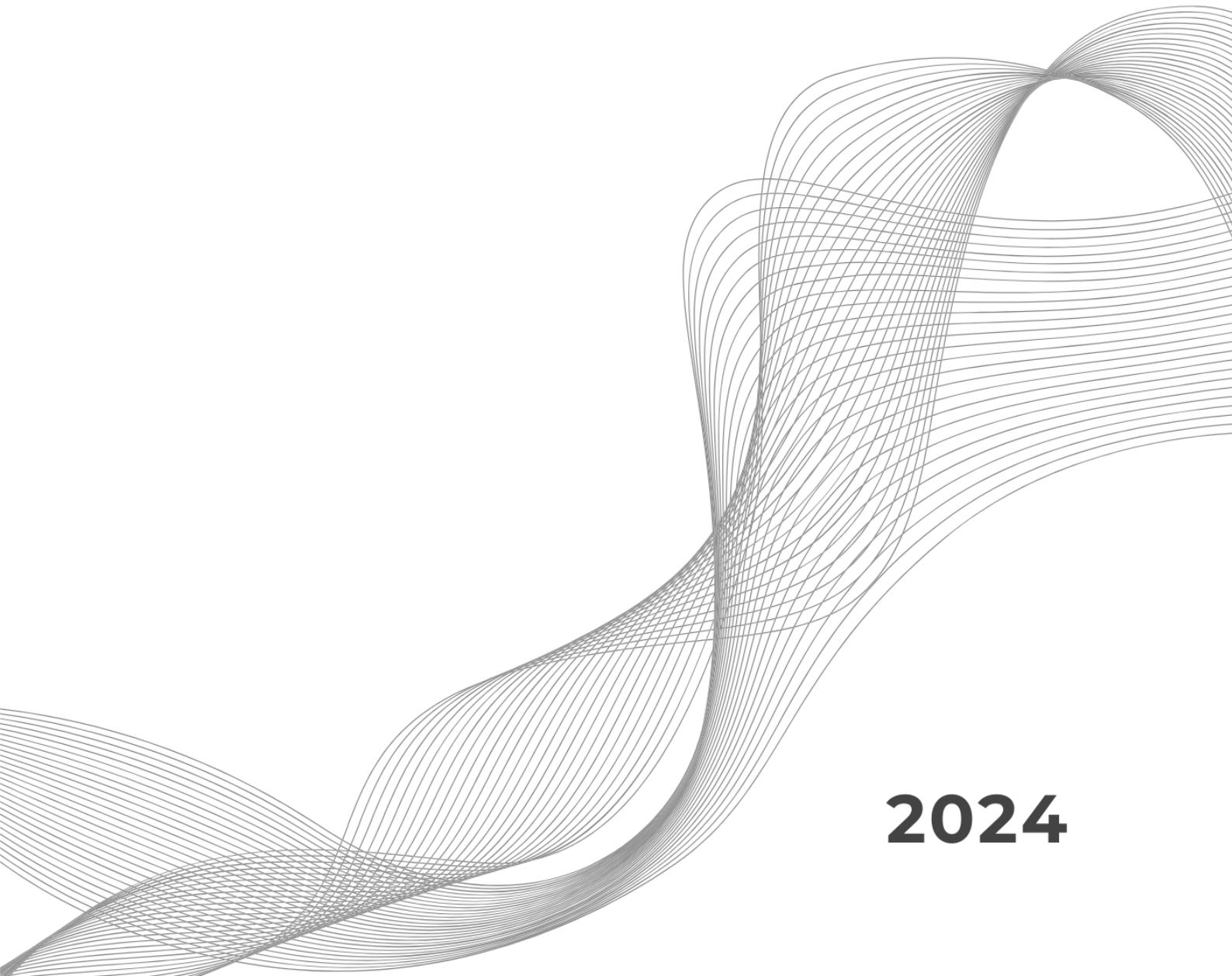


# MEMORIA DE ACTUACIONES

Instituto Municipal de Consumo



2024

**Memoria de actividades 2024**  
**Instituto Municipal de Consumo**

## Índice de contenidos

- 1** | Línea de acción I. *Información y atención en materia de consumo*
- 2** | Línea de acción II. *Arbitraje de consumo*
- 3** | Línea de acción III. *Divulgación y comunicación*
- 4** | Línea de acción IV. *Formación*
- 5** | Línea de acción V. *Códigos de buenas prácticas*
- 6** | Línea de acción VI. *Investigación y control de mercado*
- 7** | Línea de acción VII. *Participación, colaboración y coordinación*
- 8** | Línea de acción VIII. *Fomento del consumo responsable*
- 9** | Línea de acción IX. *Transparencia y calidad en la actuación municipal*
- 10** | Línea de acción X. *Actividad administrativa y ejecución presupuestaria*

## Preámbulo

En este documento se resumen las actividades desarrolladas en el ejercicio 2024 por la Dirección General de Comercio, Hostelería y Consumo, en ejecución de las competencias municipales en materia de consumo delegadas en ésta por el Acuerdo de la Junta de Gobierno de la Ciudad de Madrid, de organización y competencias del Área de Gobierno de Economía, Innovación y Hacienda, de 29 de junio de 2023. En la actualidad, dichas competencias recaen en el Instituto Municipal de Consumo, tras la aprobación del Acuerdo de 20 de febrero de 2025, de la Junta de Gobierno de la Ciudad de Madrid, de reorganización de las competencias y estructura del Área de Gobierno de Economía, Innovación y Hacienda. Estas competencias son compartidas con los distritos, en lo que se refiere a la Oficina Municipal de Información al Consumidor (en adelante, OMIC) y a la función inspectora.

Esta memoria se estructura, al igual que en ejercicios anteriores, en los diez capítulos o líneas de actuación siguientes:

- I. Información y atención en materia de consumo.
- II. Arbitraje de consumo.
- III. Divulgación y comunicación.
- IV. Formación.
- V. Códigos de buenas prácticas para los sectores empresariales.
- VI. Investigación y control del mercado.
- VII. Participación, colaboración y coordinación.
- VIII. Fomento del consumo responsable.
- IX. Transparencia y calidad en la actuación municipal.
- X. Actividad administrativa y ejecución presupuestaria.

En la primera de ellas se detalla la actividad desplegada por la **OMIC en la atención personalizada y la tramitación de las reclamaciones** presentadas por las personas consumidoras, buscando una solución amistosa al conflicto a través de la mediación con las empresas reclamadas.

En la segunda, lo relativo al ejercicio del arbitraje de consumo a través de la **Junta Arbitral** del Ayuntamiento de Madrid (en adelante, JAC).

El esfuerzo en cuanto a la **comunicación y divulgación en materia de consumo** se trata en el capítulo III. En el ejercicio 2024, se ha desarrollado una importante campaña de comunicación para la difusión de los servicios municipales de la OMIC y la JAC, en distintos soportes. Además, se ha preparado diverso material divulgativo en soporte audiovisual, que se ha incorporado a través de contenidos promocionales en la página web municipal —como espacios divulgativos de la actualidad de consumo—, y se han efectuado publicaciones diarias en las redes sociales propias (Facebook, Twitter, Instagram y YouTube), adaptadas a las necesidades coyunturales del momento.

En su capítulo IV se describen las acciones realizadas en cumplimiento del programa anual de formación en materia de consumo, que comprende un conjunto de actividades dirigidas a las personas consumidoras —principalmente a los colectivos más vulnerables— y también a los comerciantes, interviniendo así sobre las dos partes que integran las relaciones de consumo.

Por otro lado, el establecimiento de acuerdos voluntarios con los distintos sectores empresariales, a través de la actualización y promoción de códigos de buenas prácticas (en adelante, CBP), —abordado en el capítulo V— es una labor continuada que permite buscar la colaboración del sector empresarial en la consecución de un comercio de calidad comprometido con la protección de los derechos de las personas consumidoras.

En la línea de actuación VI, se recogen las actividades de control de mercado, orientado a fomentar un comercio de calidad y garantizar la seguridad de bienes y servicios.

La cooperación con las asociaciones de consumidores para la consecución de fines de interés público, y el fomento de su actividad por parte de la Administración municipal se refleja en los convenios suscritos y en la ejecución de los programas informativos y de asesoramiento en ellos contemplados. Asimismo, la participación en proyectos europeos y la cooperación con otros órganos municipales para el desarrollo de estrategias e iniciativas transversales son importantes para generar las sinergias necesarias que permitan avanzar en un desarrollo equilibrado que pone en valor el rol que desempeñan las actitudes y hábitos de consumo en la sociedad. Estas cuestiones se abordan en el capítulo VII.

La promoción de un modelo de consumo responsable e informado, en línea con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de las Naciones Unidas, ha venido siendo otra de las líneas de actividad

desarrolladas. Asimismo, se han programado actuaciones relacionadas con la promoción del comercio justo y local que se describen en el capítulo VIII.

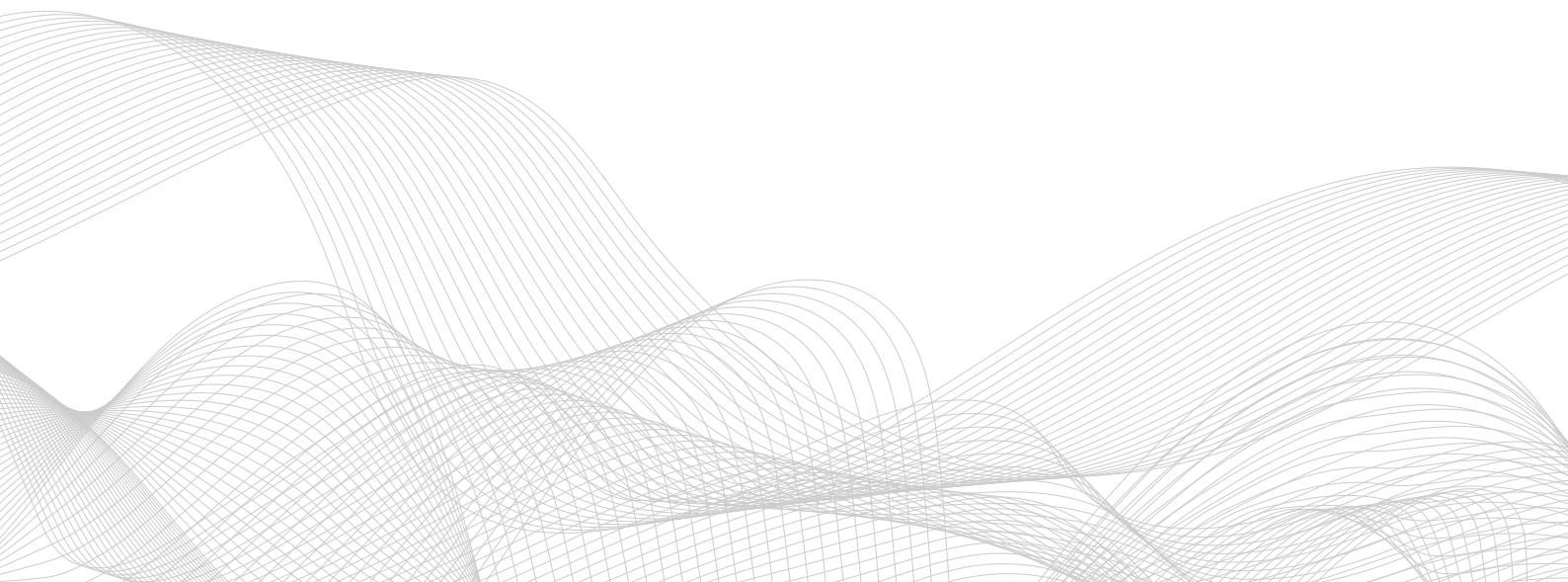
La voluntad de ejercer una acción transparente y su creciente desarrollo se ponen de manifiesto en la variedad y el aumento de contenidos relativos a consumo publicados cada año. Por otra parte, en un servicio claramente orientado hacia la ciudadanía y a la defensa de sus derechos es imprescindible promover la mejora continua a través del sistema de calidad certificado de la OMIC. Estos aspectos se tratan en el capítulo IX.

Por último, en el capítulo X se abordan las cuestiones relativas a la gestión administrativa y la ejecución presupuestaria.

**1**

## Línea de acción I

*Información y atención en materia de consumo*



La Oficina Municipal de Información al Consumidor del Ayuntamiento de Madrid (OMIC) inició su actividad en octubre de 1983, fecha desde la cual viene prestando servicio de forma ininterrumpida. Cuenta actualmente con una red de 22 oficinas: una central y 21 oficinas repartidas por los distritos con que cuenta la ciudad de Madrid.

Su compromiso con la ciudadanía madrileña se refleja en su Carta de Servicios, aprobada por la Junta de Gobierno de la Ciudad de Madrid el 8 de junio de 2008, evaluada con carácter anual y certificada conforme a la Norma UNE 93200: 2008.

La OMIC, en los últimos años, ha tenido que enfrentarse al reto de diseñar nuevos canales de atención a los consumidores que han permitido mejorar la atención a los consumidores de una manera eficaz.

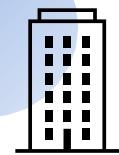
## La OMIC en cifras en 2024

---

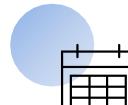


**24.060**

personas atendidas



**22 oficinas**



**12.691**

a través de cita previa



**10.440**

por correo electrónico

**100 %** respondidas en 5 días

## Expedientes tramitados

En 2024, la OMIC trató, en sus 22 oficinas, un total de 16.163 expedientes. En cuanto a la distribución por tipología de los expedientes dados de alta, tal y como se muestra en el cuadro adjunto, las cifras arrojan resultados similares a ejercicios anteriores; mayoritariamente, el 93,95 % fueron **reclamaciones** en las que se requería la intermediación con las empresas reclamadas; el 1,15 %, **solicitudes de información**; el 1,66 %, **denuncias**, y el 3,24 %, **quejas** relativas a la actuación de las empresas proveedoras de bienes o servicios.

Se aprecia un incremento en el número de asuntos recibidos en el conjunto de las oficinas de la OMIC respecto del año anterior, lo que marca un punto de inflexión tras la tendencia a la baja registrada desde la pandemia. A pesar de este repunte, la cifra aún se sitúa por debajo de los niveles prepandemia, concretamente de los 24.654 asuntos contabilizados en 2019.

En todo caso, se puede considerar que sigue siendo favorable la evolución que se está produciendo en el ámbito empresarial madrileño, cuyo compromiso con la garantía de los derechos de las personas consumidoras ha llevado a un descenso de más de un treinta y cinco por ciento en el número de reclamaciones y denuncias presentadas, fruto de una mayor formación e información en la materia.

| Reclamaciones           | Información          | Quejas               | Denuncias            |
|-------------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
| N.º expedientes: 15.185 | N.º expedientes: 186 | N.º expedientes: 523 | N.º expedientes: 269 |
| Porcentaje: 93,95 %     | Porcentaje: 1,15 %   | Porcentaje: 3,24 %   | Porcentaje: 1,66 %   |

La gestión que realiza la OMIC en el grueso de los 15.185 expedientes clasificados como **reclamaciones** —el 93,95 % del total de expedientes— consiste en la intermediación con las empresas reclamadas, buscando una solución amistosa al conflicto planteado. No obstante, también cabe que se produzca la remisión a otro órgano competente para su tramitación, bien sea la Comunidad de Madrid, cuando la persona reclamante o la empresa reclamada no tienen su domicilio en el municipio de Madrid, conforme al convenio suscrito en materia de consumo con la Administración autonómica, o bien a otros órganos competentes en cada materia; tal es el caso, por ejemplo, de los expedientes

referidos a los servicios financieros o los seguros. En todas las ocasiones se comunica a la persona reclamante la gestión realizada y, cuando es procedente, el resultado obtenido en la intermediación efectuada por la OMIC.

Un 87,50 % de las reclamaciones se han tramitado en menos de dos meses, cifras que son muy similares a las de ejercicios anteriores. La intermediación individualizada, en 2024, ha arrojado un resultado favorable total o parcialmente a las pretensiones de las personas consumidoras en un 55,20 % de los casos, es decir, en 3.736 expedientes de los 6.770 expedientes de reclamación en los que se realizó mediación.



## 55,20 % de intermediaciones favorables

El **87,50 % de las reclamaciones** se han tramitado **en menos de 2 meses** y el **55,20 % de las intermediaciones** han resultado **favorables** total o parcialmente a las pretensiones de las personas consumidoras

Las **solicitudes de información** formalizadas por escrito han experimentado un ligero repunte respecto del año anterior, lo que confirma la tendencia al alza en la demanda de información específica por parte de la ciudadanía. En términos relativos, estas solicitudes han pasado de representar el 0,93 % del total de expedientes en 2021 al 1,12 % en 2022, con un leve descenso al 0,91 % en 2023, y un nuevo ascenso hasta alcanzar el 1,15 % en 2024.

En relación con los expedientes considerados como **quejas** frente a la actuación de las empresas proveedoras de bienes y servicios, los datos de 2024 reflejan un ligero incremento en términos absolutos, aunque con una ligera disminución en términos relativos respecto del total de expedientes. Así, mientras que en 2021 y 2022 representaron el 2,04 % y el 2,03 %, respectivamente, en 2023 alcanzaron el 3,30 % y en 2024, con 523 expedientes, suponen el 3,24 % del total.

Por su parte, en cuanto a las **denuncias** —que representan un 1,66 % del total de expedientes en 2024—, se observa una ruptura en la tendencia ascendente registrada en años anteriores. Tras mantenerse en el 1,65 % en 2021, el porcentaje aumentó al 2,71 % en 2022 y al 2,30 % en 2023, produciéndose en el último ejercicio un descenso tanto en términos absolutos como porcentuales.

## Distribución de expedientes por oficinas

La OMIC se estructura en una oficina central y 21 oficinas de distrito. El reparto de expedientes se realiza de acuerdo con los criterios señalados en la Instrucción relativa a la coordinación del funcionamiento de la Oficina Municipal de Información al Consumidor (OMIC) de la Ciudad de Madrid, cuya última revisión se efectuó en 2021.

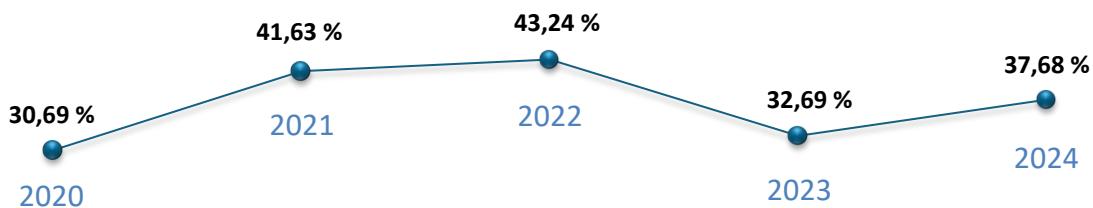
|                          | Denuncias | Información | Reclamación | Quejas | Total | Porcentaje del total |
|--------------------------|-----------|-------------|-------------|--------|-------|----------------------|
| OMIC CENTRAL             | 115       | 101         | 8.506       | 102    | 8.824 | 54,59 %              |
| 01 CENTRO                | 12        | 6           | 419         | 91     | 600   | 3,71 %               |
| 02 ARGANZUELA            | 4         | 14          | 281         | 31     | 330   | 2,04 %               |
| 03 RETIRO                | 17        | 1           | 243         | 24     | 285   | 1,76 %               |
| 04 SALAMANCA             | 17        | 1           | 617         | 32     | 667   | 4,13 %               |
| 05 CHAMARTÍN             | 0         | 0           | 331         | 25     | 356   | 2,20 %               |
| 06 TETUÁN                | 1         | 0           | 416         | 53     | 470   | 2,91 %               |
| 07 CHAMBERÍ              | 8         | 0           | 311         | 7      | 326   | 2,02 %               |
| 08 FUENCARRAL - EL PARDO | 8         | 0           | 463         | 27     | 463   | 2,86 %               |
| 09 MONCLOA - ARAVACA     | 5         | 0           | 212         | 13     | 230   | 1,42 %               |
| 10 LATINA                | 3         | 22          | 314         | 3      | 342   | 2,1 2%               |
| 11 CARABANCHEL           | 18        | 0           | 353         | 30     | 401   | 2,48 %               |
| 12 USERA                 | 0         | 0           | 232         | 7      | 239   | 1,48 %               |
| 13 PUENTE DE VALLECAS    | 9         | 2           | 348         | 31     | 390   | 2,41 %               |
| 14 MORATALAZ             | 14        | 21          | 131         | 17     | 183   | 1,13 %               |
| 15 CIUDAD LINEAL         | 5         | 0           | 354         | 0      | 359   | 2,22 %               |
| 16 HORTALEZA             | 0         | 0           | 375         | 0      | 375   | 2,32 %               |
| 17 VILLAVERDE            | 15        | 18          | 186         | 15     | 234   | 2,34 %               |
| 18 VILLA DE VALLECAS     | 1         | 0           | 413         | 5      | 419   | 2,59 %               |
| 19 VICálVARO             | 6         | 0           | 129         | 2      | 137   | 0,85 %               |
| 20 SAN BLAS - CANILLEJAS | 9         | 0           | 448         | 5      | 462   | 2,86 %               |
| 21 BARAJAS               | 2         | 0           | 66          | 3      | 71    | 0,44 %               |

El 54,59 % de los expedientes registrados fueron tramitados por la OMIC Central (8.824 expedientes), mientras que el 45,41 % restante (7.339) se gestionaron en las oficinas de distrito, conforme a los criterios de reparto territorial y material de asuntos establecidos en la Instrucción de coordinación.

Se ha producido un decremento de expedientes, en comparación con el año anterior, que ha sido más acusado en la OMIC Central que en la mayoría de las oficinas de distrito. Ello es debido a que, conforme a la vigente Instrucción de coordinación, corresponden a la OMIC Central temáticas como los suministros o gran parte de la contratación *online*, habiendo disminuido las reclamaciones del sector suministros, salvo en momentos puntuales, con motivo de las fluctuaciones de precios de estos servicios debido a la cambiante situación internacional.

### Evolución del canal de presentación de expedientes: crecimiento del uso telemático

El análisis de los datos relativos a la forma de presentación de los expedientes muestra una tendencia creciente en el uso de canales telemáticos, que se consolidan como una vía cada vez más utilizada por la ciudadanía. En 2020 se registraron 5.337 expedientes presentados por vía telemática o correo electrónico, de un total de 17.390, lo que representaba un 30,69 %. En 2021 esta cifra aumentó a 7.301 expedientes telemáticos sobre 17.536 (41,64 %), alcanzando su punto más alto en 2022, con 7.381 expedientes de 17.071, lo que supuso un 43,24 % del total. En 2023 se registró un descenso, con 5.005 expedientes de 15.310 (32,69 %), seguido de una ligera recuperación en 2024, con 6.090 expedientes telemáticos, lo que representa el 37,68 % del total de 16.163.



Estos datos reflejan la **consolidación del canal telemático como opción preferente** para un número creciente de personas consumidoras, lo que ha permitido pasar de un 3,27 % en 2019 a un 37,68 % en 2024, en línea con los procesos de digitalización y modernización de la Administración.

En contraste, la presentación presencial (por personación) ha mostrado una tendencia descendente, con 11.436 expedientes en 2020, 9.911 en 2021, 9.506 en 2022, una leve recuperación en 2023 con 10.162 expedientes, y, finalmente, en 2024 se concretó en 9.931.

## Distribución de expedientes por sectores

Dado el carácter multisectorial del ámbito del consumo, las reclamaciones, solicitudes de información, quejas y denuncias presentadas por la ciudadanía abarcan una amplia variedad de temáticas, relacionadas con distintos tipos de bienes, servicios y suministros.

Desde 2018, la clasificación de estas reclamaciones se realiza conforme a un modelo basado en la Recomendación de la Comisión Europea, de 12 de mayo de 2010, que propone el uso de una metodología armonizada para la categorización y notificación de las reclamaciones y consultas formuladas por las personas consumidoras.

Este sistema de codificación contempla diversos sectores generales, que, a su vez, se desglosan en sectores específicos.

Asimismo, el registro de expedientes incorpora campos adicionales que recogen tanto los motivos de la reclamación como el sistema de compra utilizado. Esta ampliación de los datos registrados incrementa significativamente la capacidad de consulta y análisis, permitiendo un tratamiento más detallado y preciso de la información disponible.

En términos globales, la distribución porcentual por sectores en 2024 es muy similar a la observada en años anteriores. El **sector de servicios** representa el 68,31 % del total de expedientes, seguido por **bienes de consumo** con un 22,54 %, **salud** (3,13 %), **alimentación** (2,45 %), **vivienda** (1,97 %) y **educación** (1,60 %). Estos porcentajes muestran una evolución estable respecto de los datos de 2021 y 2022, cuando los servicios siempre superaron el 64 % de los expedientes registrados.

## SERVICIOS

Número de expedientes: 5.122      46,49 %

|   |                              |         |
|---|------------------------------|---------|
| Subsector servicios generales             | Número de expedientes: 2.869 | 17,75 % |
| Subsector servicios financieros           | Número de expedientes: 1.525 | 9,44 %  |
| Subsector servicios telecomunicaciones    | Número de expedientes: 1.303 | 8,06 %  |
| Subsector transporte y servicios postales | Número de expedientes: 1.279 | 7,91 %  |
| Subsector ocio                            | Número de expedientes: 1.408 | 8,71 %  |
| Subsector energía y agua                  | Número de expedientes: 2.657 | 16,44 % |

## BIENES DE CONSUMO

Número de expedientes: 3.643      33,00 %

## SALUD

Número de expedientes: 506      4,58 %

## ALIMENTACIÓN

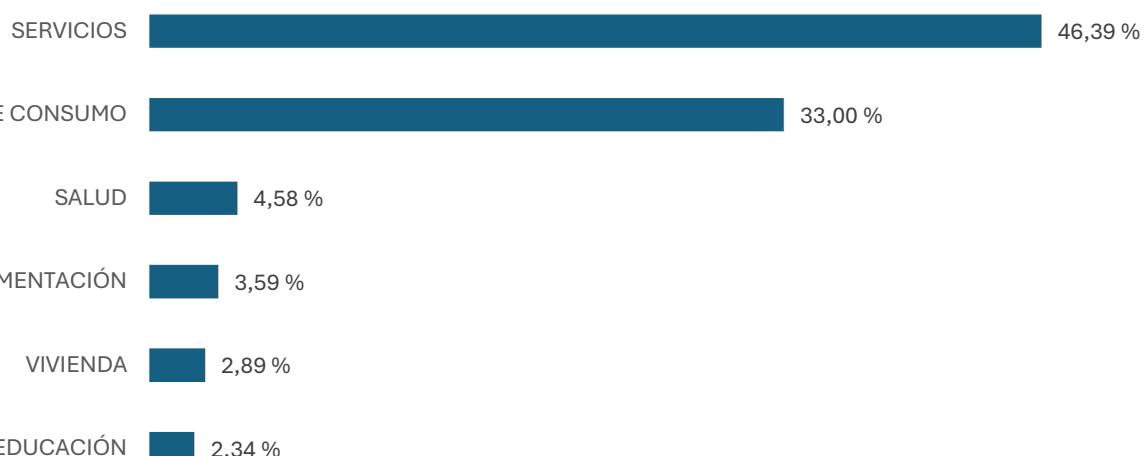
Número de expedientes: 396      3,59 %

## VIVIENDA

Número de expedientes: 319      2,89 %

## EDUCACIÓN

Número de expedientes: 258      2,34 %



Si bien el número total de asuntos registrados es similar al del año anterior, su distribución en cuanto a los grupos sectoriales generales es diferente.

En línea con ejercicios anteriores, el **sector de prestación de servicios** continúa siendo el que mayor volumen de expedientes registra en 2024, consolidando su posición como el más reclamado. Dentro de este sector, el **subsector de servicios generales** encabeza el listado con 2.869 expedientes, seguido por el **subsector de energía y agua**, con 2.657 expedientes. Este último dato representa un ligero descenso respecto a 2023, cuando alcanzó los 3.728 expedientes, y rompe la tendencia histórica de liderazgo que este subsector venía manteniendo desde que se aplica la actual clasificación sectorial.

El **subsector de servicios financieros** ocupa la tercera posición, con 1.525 expedientes, seguido por el **subsector de servicios de ocio**, con 1.408 expedientes, que mantiene cifras similares a las de 2023 (1.491), aunque se enmarca en una tendencia descendente sostenida desde 2021 (2.015 expedientes en 2021, 1.735 en 2022). El **subsector de telecomunicaciones** experimenta un descenso más acusado, con 1.303 expedientes en 2024, frente a los 1.518 del año anterior. En último lugar, se sitúa el **subsector del transporte y los servicios postales**, con 1.279 expedientes.

El **sector de bienes de consumo** se mantiene en segunda posición en cuanto a volumen de reclamaciones, con 3.643 expedientes, registrando un incremento significativo respecto a los 3.031 de 2023 y los 3.013 de 2022, lo que parece reflejar una reactivación del consumo tras la pandemia.

En cuanto al **sector salud**, destaca el repunte de expedientes registrados en 2024, con 506, que rompe la tendencia descendente iniciada tras la pandemia. Tras alcanzar su pico en 2020 (912 expedientes), el volumen fue disminuyendo: 701 en 2021, 438 en 2022 y 474 en 2023.

En el ámbito de la **vivienda**, que comprende reclamaciones sobre compraventa, alquiler y aprovechamiento por turno, los datos reflejan estabilidad, con 319 expedientes en 2024, cifra muy similar a los 315 de 2023, y ligeramente inferior a los 334 de 2021.

Respecto al **sector de alimentación**, se observa un ligero descenso tras el repunte de 2023. En 2024 se contabilizan 396 expedientes, frente a los 420 del año anterior, aunque muy por encima de los niveles registrados en 2021 (334) y 2022 (326).

Finalmente, el **sector de educación**, continúa siendo el menos reclamado, aunque en 2024 ha experimentado un ligero ascenso, con 258 expedientes, en comparación con los 216 de 2023 y los 247 de 2022, aunque aún lejos de los 402 expedientes registrados en 2021.

## Información y orientación. Atención personalizada en la OMIC

Una de las principales labores desarrolladas por la OMIC es proporcionar asesoramiento en materia de consumo a las personas consumidoras, lo que se traduce en:

Suministrar **información general** en materia de consumo sobre bienes, servicios y suministros

Asesorar y orientar sobre los **organismos competentes** para la resolución del conflicto, en materias que excedan el ámbito de actuación de la OMIC

Facilitar a las personas interesadas información particular sobre el **estado de tramitación de los expedientes** de las reclamaciones y denuncias

La OMIC, en su red de 22 oficinas, ofrece atención personalizada a las personas consumidoras para consultas en materia de consumo a través de tres canales: presencial, telefónico y por correo electrónico. Esta atención se adapta a las distintas necesidades de las personas consumidoras, con el objetivo de garantizar un servicio accesible, ágil y eficaz.

En cuanto a la atención **presencial**, se presta en las oficinas de la OMIC Central, tanto con cita previa como sin ella. La atención con cita previa está dirigida a consultas que requieren un asesoramiento detallado y personalizado. Por su parte, la atención sin cita previa da respuesta principalmente a demandas de información general, como orientaciones sobre cómo presentar una reclamación, la entrega de hojas de reclamaciones a empresas o la consulta de expedientes ya en tramitación. En estos casos, la atención es ofrecida directamente por el personal técnico responsable del expediente correspondiente.

La atención **telefónica personalizada**, que también requiere cita previa, representa una vía cómoda para aquellas personas que no pueden o no desean desplazarse a las oficinas, garantizando un trato directo y profesional mediante conversación con personal especializado.

Por último, la atención a través de **correo electrónico institucional** se ha consolidado como uno de los canales más valorados por la ciudadanía, gracias a su accesibilidad y a la agilidad de respuesta que ofrece el equipo técnico. Las evaluaciones realizadas por las personas usuarias reflejan un alto grado de satisfacción con este servicio.

### Colaboración con las asociaciones de consumidores (ACUS)

Con el objetivo de promover la atención personalizada a las personas consumidoras y fomentar el asociacionismo en materia de consumo, la OMIC Central impulsa, en colaboración con las asociaciones de consumidores integradas en el Consejo Municipal de Consumo, el **Programa de Asesoramiento Personalizado**. Este programa ofrece información y orientación jurídica y económica individualizada, garantizando en todo momento la gratuidad, confidencialidad e independencia del servicio y adaptándose a las circunstancias particulares de cada persona usuaria.

Este programa abarca diversas líneas de consulta, con el fin de atender de manera integral las necesidades de las personas consumidoras:

- Por un lado, ofrece orientación jurídica en relación con las dudas o controversias que la ciudadanía deseé plantear, siempre que estén vinculadas a sus relaciones de consumo.
- Por otro, proporciona asesoramiento sobre cuestiones que puedan incidir en la economía familiar —como suministros, productos financieros (créditos, préstamos), seguros o planes de pensiones, entre otros.

Para garantizar una atención personalizada y accesible, el programa se desarrolla a través de distintos canales, tal y como se ha expuesto anteriormente, permitiendo a las personas consumidoras elegir entre atención presencial o telefónica, según sus preferencias o necesidades.

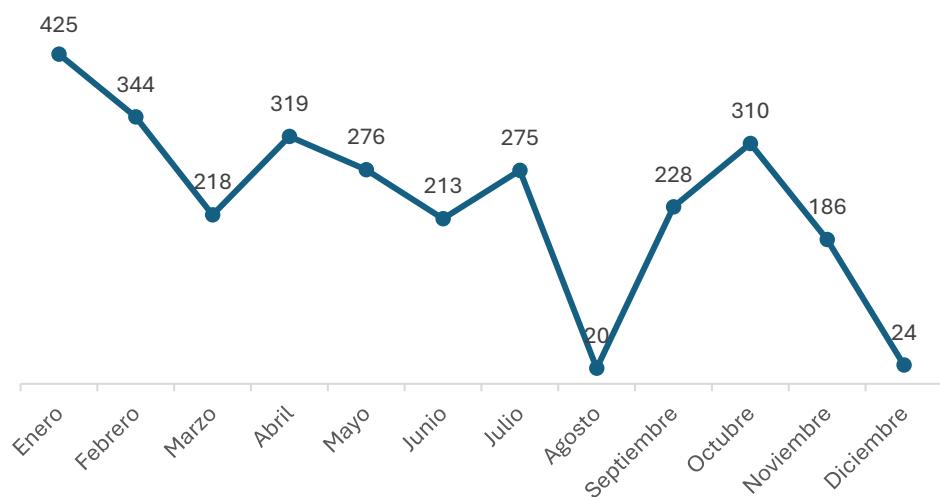
### Atención con cita previa

La atención con cita previa, **tanto telefónica como presencial**, continúa siendo uno de los canales fundamentales para el asesoramiento personalizado en materia de consumo. En 2024 se atendió a 2.838 personas en la OMIC Central y a 9.853 en las oficinas distritales.

|              | Personas citadas | Acudieron a la cita | No acudieron a la cita |                |              |               |
|--------------|------------------|---------------------|------------------------|----------------|--------------|---------------|
| OMIC CENTRAL | 3.168            | 22,53 %             | 2.838                  | 89,58 %        | 330          | 10,42 %       |
| DISTRITOS    | 10.896           | 77,47 %             | 9.853                  | 90,43 %        | 1.043        | 9,57 %        |
|              | <b>14.064</b>    |                     | <b>12.691</b>          | <b>90,24 %</b> | <b>1.373</b> | <b>9,76 %</b> |

En la OMIC Central se citó a un total de 3.168 personas en 2024, con un porcentaje de asistencia del 89,60 %, y en las OMIC de los 21 distritos, a 10.896, con una tasa de asistencia del 90,43 %, ligeramente superior a la de la OMIC Central. En definitiva, en el conjunto de las OMIC —Central y distritos— en 2024 se citó a 14.064 personas, con una tasa de asistencia del 90,24 %.

El número de personas atendidas en la OMIC Central, telefónica o presencialmente, con cita previa presentó la siguiente distribución a lo largo de 2024:



Del total de personas **atendidas presencialmente** con cita previa, 336 lo fueron en la OMIC Central y 1.281 lo fueron en las oficinas de los distritos. En cuanto a la **atención telefónica**, previa solicitud de cita, se atendieron 2.502 en la OMIC Central y 8.572 en las oficinas de los distritos.

## Atención por correo electrónico

La atención personalizada por correo electrónico, exclusivamente en la OMIC Central, se consolida como **una de las vías más demandadas** por la ciudadanía, reflejando una **tendencia creciente y sostenida** durante los últimos años. Esta modalidad destaca por su accesibilidad, rapidez y eficacia en la resolución de consultas. En 2024 se gestionaron un total de 10.440 consultas a través de este canal, cifra superior a la registrada en 2023.

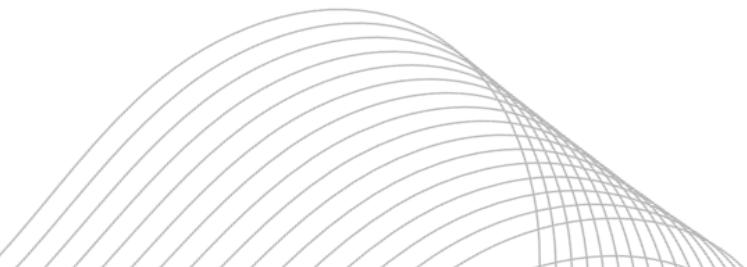
### Consultas por sectores

|  |       |
|--|-------|
| Salud y estética (clínicas dentales, belleza,..)                         | 1.278 |
| Suministro de luz  | 1.171 |
| Información reclamaciones - procedimiento                                | 972   |
| Suministro de gas  | 902   |
| Telefonía  | 895   |
| Compra de bienes online  | 804   |
| Cita previa  | 584   |
| Compra de bienes presencial  | 477   |
| Consultas en materias distintas al consumo                               | 443   |
| Servicios de ocio (cines, gimnasios, espectáculos, restauración)         | 420   |
| Servicios generales (talleres, SAT, reparación a domicilio, tintorerías) | 410   |
| Viajes- transporte   | 382   |
| Transporte (alquiler vehículos, mensajería, taxi, metro, bus)            | 354   |
| Servicios financieros  | 293   |
| Seguros  | 218   |
| Educación  | 168   |
| Viajes- alojamiento  | 144   |
| Vivienda-alquiler  | 126   |
| Suministro de luz y gas  | 115   |
| Viajes- viajes combinados  | 73    |
| Suministro de agua   | 59    |
| Vivienda-compra  | 51    |
| Compra de bienes fuera de establecimiento                                | 44    |
| Suministro -bono social/térmico/digital                                  | 38    |
| Alimentación   | 14    |
| Clínica dental-financiera  | 4     |
| Juego  | 1     |

Desagregando los datos de las consultas recibidas por correo electrónico en función de su contenido, se observa que la mayoría se refieren a información sobre reclamaciones y el procedimiento administrativo asociado, con un total de 1.999 consultas. A continuación, destacan las consultas sobre suministro eléctrico, con 1.286 consultas, seguido de salud y estéticas, con 1.278, y de telefonía, con 895 consultas.

## Atención presencial sin cita previa

La atención presencial sin cita previa continúa mostrando una [tendencia descendente](#), con volúmenes de uso notablemente inferiores a los registrados a través de los canales con cita previa —ya sea presencial o telefónica— y del correo electrónico, que se consolidan como las vías preferidas por la ciudadanía. En el caso de la OMIC Central, este canal representa únicamente el 6,5 % del total de consultas atendidas, frente al 20 % canalizado mediante cita previa y al 73,5 % gestionado por correo electrónico.



## La OMIC, un servicio ágil y eficaz

El año 2024 se consolida como el de mayor volumen de consultas resueltas e información facilitada a las personas consumidoras desde que existen registros. Este hito ha supuesto un esfuerzo significativo por parte de la Unidad de Información de la OMIC Central, que ha trabajado de manera intensa para ofrecer una respuesta ágil, accesible y eficaz ante la creciente demanda de atención ciudadana.

Los tiempos de respuesta muestran un alto nivel de eficiencia. El 100 % de las [consultas recibidas por escrito](#) fueron contestadas en un [plazo inferior a cinco días hábiles](#), consolidando el canal electrónico como una opción ágil y resolutiva.

Por su parte, las [citas previas](#) gestionadas tanto para atención presencial como telefónica fueron concedidas [en menos de 10 días en el 87,57 %](#) de los casos en el conjunto de las oficinas OMIC. En la OMIC Central, este porcentaje se eleva al 98,33 %, con solo un 0,63 % de las citas con una demora superior a 20 días.

|              | MENOS de<br>10 DIAS | >10 ≤ 20<br>DIAS | MAS DE 20<br>DIAS |
|--------------|---------------------|------------------|-------------------|
| OMIC CENTRAL | 3.115               | 33               | 20                |
| ARGANZUELA   | 377                 | 90               | 64                |
| BARAJAS      | 564                 | 35               | 3                 |
| CARABANCHEL  | 548                 | 24               | 23                |

|                       |     |     |    |
|-----------------------|-----|-----|----|
| CENTRO                | 536 | 91  | 43 |
| CHAMARTÍN             | 460 | 37  | 8  |
| CHAMBERÍ              | 518 | 42  | 2  |
| CIUDAD LINEAL         | 551 | 79  | 98 |
| FUENCARRAL – EL PARDO | 275 | 59  | 93 |
| HORTALEZA             | 160 | 14  | 77 |
| LATINA                | 483 | 17  | 1  |
| MONCLOA - ARAVACA     | 483 | 12  | 0  |
| MORATALAZ             | 518 | 9   | 8  |
| P. VALLECAS           | 405 | 85  | 7  |
| RETIRO                | 577 | 4   | 0  |
| SALAMANCA             | 726 | 1   | 0  |
| SAN BLAS - CANILLEJAS | 277 | 131 | 35 |
| TETUÁN                | 384 | 24  | 4  |
| USERA                 | 241 | 66  | 27 |
| VICÁLVARO             | 584 | 38  | 44 |
| VALLECAS VILLA        | 331 | 8   | 37 |
| VILLAVERDE            | 203 | 217 | 38 |

Estos resultados avalan el compromiso del servicio municipal con una **atención eficaz, cercana y centrada en las personas consumidoras**, posicionando a la OMIC como un recurso público esencial y en continua adaptación.

### Distribución de hojas del Sistema Unificado de Reclamaciones (SUR)

El Decreto 1/2010, de 14 de enero, del Consejo de Gobierno, por el que se aprueba el Reglamento de la Ley 11/1998, de 9 de julio, de Protección de los Consumidores de la Comunidad de Madrid, establece la obligación de que todos los establecimientos y actividades que presten servicios en la región dispongan de hojas de reclamaciones a disposición de las personas consumidoras. Las entidades locales son responsables de su distribución, junto con otras Administraciones públicas. La OMIC lleva a cabo esta labor en todas sus oficinas, facilitando también carteles informativos sobre la tenencia de dichas hojas. Además, tanto las hojas como los carteles están disponibles a través del portal de gestiones y trámites del Ayuntamiento de Madrid.

Desde 2019, la puesta en marcha del procedimiento de descarga *online* de las hojas de reclamaciones ha contribuido a una notable reducción en las solicitudes presenciales de ejemplares en formato

papel. No obstante, las oficinas de la OMIC mantienen la entrega física de hojas de reclamaciones, tanto de forma presencial como mediante envío postal, si bien estas solicitudes han sido mínimas. La entrega se realiza en el momento, siempre que la persona solicitante aporte la documentación justificativa de la actividad comercial correspondiente.

### **Convenios con organizaciones empresariales para la distribución de hojas de reclamaciones**

Paralelamente, se mantienen en vigor convenios de colaboración con las organizaciones empresariales que lo han solicitado, con el objetivo de facilitar la distribución de hojas del Sistema Unificado de Reclamaciones (SUR) entre sus asociados con sede en el municipio de Madrid. Estos convenios regulan la cooperación entre el Ayuntamiento de Madrid y las entidades empresariales, en favor del interés público y con el propósito de promover un comercio de calidad que respete los derechos de las personas consumidoras, especialmente el derecho a reclamar.

Actualmente, están activos cinco convenios con las siguientes organizaciones:

Federación Madrileña de Detallistas de la Carne (CARNIMAD)

Asociación Madrileña de Empresarios de Alimentación y Distribución (LA ÚNICA)

Asociación de Empresarios Detallistas de Pescados y Productos Congelados de la Comunidad de Madrid (ADEPESCA)

Asociación de Comerciantes de Calzado de Madrid (ACC)

Asociación Empresarial del Comercio Textil, Complementos y Piel (ACOTEX)

**2**

**Línea de acción II**  
*Arbitraje de consumo*

El **Sistema Arbitral de Consumo (SAC)** constituye un mecanismo institucional para la resolución extrajudicial de conflictos entre consumidores y empresas, con carácter **vinculante y ejecutivo** para ambas partes. Se trata de un procedimiento **ágil y gratuito** que garantiza una resolución imparcial de las controversias surgidas en las relaciones de consumo.

Durante el año 2024, el actual Instituto Municipal de Consumo ha continuado promoviendo el conocimiento de este sistema entre la ciudadanía y fomentando la **adhesión voluntaria de empresas**, como vía para reforzar la confianza en el mercado y reducir la litigiosidad.

## Junta Arbitral de Consumo

---

La Junta Arbitral de Consumo del Ayuntamiento de Madrid, una de las primeras constituidas en España, es el órgano encargado de gestionar y tramitar las solicitudes de arbitraje presentadas por las personas consumidoras.

Los órganos arbitrales conformados para la resolución de cada procedimiento arbitral conocen de la controversia sometida a su consideración y dictan los laudos arbitrales, resoluciones extrajudiciales de obligado cumplimiento por las partes.

En 2024, se ha registrado un ligero descenso en el número de solicitudes, pasando de 632 en 2023 a 583 en 2024. Las audiencias se han celebrado mayoritariamente de forma presencial, utilizándose también la videoconferencia para facilitar la participación en casos de imposibilidad de asistencia física.

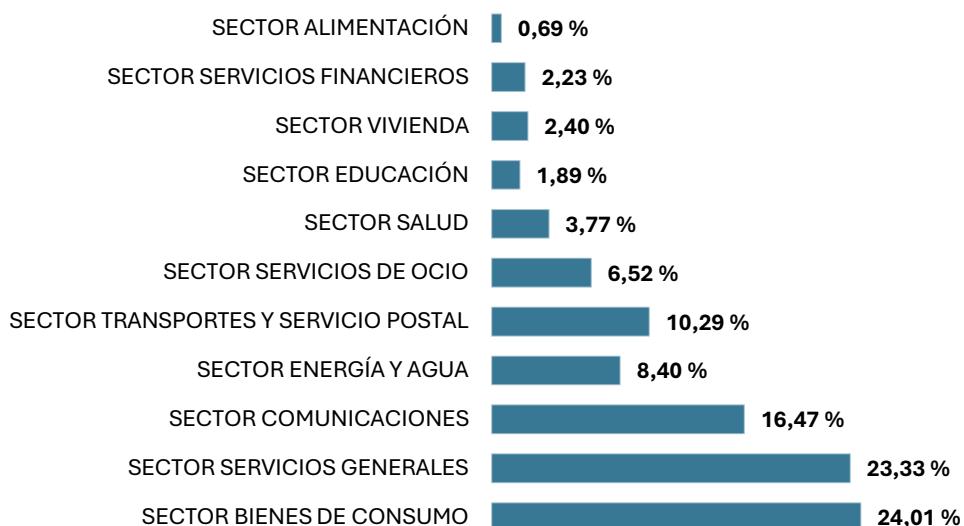
Muchos de los expedientes de arbitraje han pasado previamente por un proceso de mediación en la OMIC, sometiendo la persona consumidora voluntariamente a arbitraje aquellas cuestiones en las cuales la mediación efectuada no ha satisfecho total o parcialmente las pretensiones de la parte reclamante, situación que es más favorable si se trata de empresas adheridas al SAC.

Más de la mitad de las solicitudes (57,47 %) han tenido su origen en las oficinas de la OMIC, tanto central como distritales. Un 30,36 % fueron presentadas directamente por las personas consumidoras ante la Junta Arbitral municipal y un 12,01 % proceden de la Junta Arbitral de la Comunidad de Madrid, porcentaje que se ha incrementado tras la entrada en vigor del **Real Decreto 713/2024, por el que se aprueba el Reglamento que regula el Sistema Arbitral de Consumo**, que introduce cambios relevantes, como la priorización del domicilio del consumidor como criterio de competencia o la eliminación de limitaciones en las ofertas públicas de adhesión.

## Distribución de solicitudes de arbitraje por sectores

La distribución de las solicitudes de arbitraje se ha realizado conforme al modelo armonizado de clasificación de reclamaciones, siguiendo la recomendación europea en esta materia. Este modelo contempla once sectores generales, divididos a su vez en subsectores específicos, lo que permite una categorización más precisa de las controversias. Con el mismo enfoque ha operado el sistema informático de gestión, facilitando la extracción y el análisis estadístico de los datos generados durante la tramitación de los expedientes arbitrales.

El **sector de bienes de consumo** representa el 24,01 % del total de solicitudes de arbitraje, seguido por el **sector servicios generales** con un 23,33 %, y el **sector telecomunicaciones** con un 16,47 %.



|   |            |
|---|------------|
| <b>SECTOR BIENES DE CONSUMO</b>                 | <b>140</b> |
| Mobiliario                                      | 17         |
| Electrodomésticos                               | 16         |
| Textil y prendas de vestir                      | 13         |
| Informática                                     | 11         |
| Artículos deportivos                            | 10         |
| Otros bienes de consumo                         | 73         |
| <b>SECTOR SERVICIOS GENERALES</b>               | <b>136</b> |
| Tintorería                                      | 24         |
| Reparaciones del hogar                          | 22         |
| Mantenimiento y reparación de vehículos a motor | 19         |
| Belleza, estética y peluquería                  | 13         |
| Otros servicios                                 | 58         |
| <b>SECTOR COMUNICACIONES</b>                    | <b>96</b>  |
| Servicios combinados de telefonía               | 61         |
| Servicios de telefonía móvil                    | 29         |
| Servicios de Internet                           | 2          |
| Servicios de telefonía fija                     | 1          |
| Otros   | 3          |
| <b>SECTOR ENERGÍA Y AGUA</b>                    | <b>49</b>  |
| Electricidad comercializadora                   | 21         |
| Gas comercializadora                            | 11         |
| Gas distribuidora                               | 3          |
| Electricidad distribuidora                      | 6          |
| Otros   | 8          |
| <b>SECTOR TRANSPORTES Y SERVICIO POSTAL</b>     | <b>60</b>  |
| Alquiler de vehículo sin conductor              | 14         |
| Transporte de mercancías/paquetería             | 13         |
| Tren  | 12         |
| Transporte aéreo                                | 11         |
| Otros   | 10         |
| <b>SECTOR SERVICIOS DE OCIO</b>                 | <b>38</b>  |
| Agencias de viaje                               | 10         |
| Actividades de espectáculos públicos            | 8          |
| Gimnasios                                       | 5          |
| Establecimientos de hostelería                  | 7          |
| Otros   | 8          |

|   |           |
|---|-----------|
| <b>SECTOR SALUD</b>                             | <b>22</b> |
| Hospitales, clínicas y profesionales sanitarios | 8         |
| Productos farmacéuticos y parafarmacia          | 8         |
| Servicios de odontología                        | 5         |
| Otros   | 1         |
| <b>SECTOR EDUCACIÓN</b>                         | <b>11</b> |
| Otras enseñanzas no regladas                    | 9         |
| Enseñanza idiomas                               | 2         |
| <b>SECTOR VIVIENDA</b>                          | <b>14</b> |
| Arrendamiento de vivienda libre                 | 6         |
| Arrendamiento de vivienda protegida             | 2         |
| Compraventa de vivienda libre                   | 1         |
| Otros   | 5         |
| <b>SECTOR SERVICIOS FINANCIEROS</b>             | <b>13</b> |
| Bancos y entidades financieras                  | 6         |
| Seguros   | 5         |
| Otros   | 2         |
| <b>SECTOR ALIMENTACIÓN</b>                      | <b>4</b>  |
| Comidas y bebidas                               | 4         |

En el sector de bienes de consumo, destacan especialmente las solicitudes de arbitraje relacionadas con la adquisición de mobiliario (17), electrodomésticos (16), textil y prendas de vestir (13) y artículos de informática (11).

En lo que respecta a los servicios generales, las reclamaciones más frecuentes se refieren a tintorerías, con 24 solicitudes, reparaciones del hogar, con 22, y mantenimiento y reparación de vehículos a motor, con un total de 19 expedientes.

Por último, en el ámbito de las telecomunicaciones, predominan las solicitudes vinculadas a los servicios combinados de telefonía (61), seguidas de la telefonía móvil (29) y, en menor medida, de los servicios de Internet (2).

## Resoluciones arbitrales

Los órganos arbitrales encargados de dictar resolución en los procedimientos son designados por la presidencia de la Junta Arbitral de Consumo y pueden estar conformados de manera unipersonal o colegiada, en función de las características del expediente (cuantía, complejidad, etc.). A lo largo de 2024 se han emitido un total de 123 laudos arbitrales, de los cuales 85 han sido dictados por órganos

colegiados y 38 por órganos unipersonales. Del conjunto de resoluciones, 111 se han resuelto en equidad y 12 en derecho.

Los colegios arbitrales se han constituido con árbitros propuestos por 15 asociaciones de consumidores y 7 organizaciones empresariales, en el marco de los convenios de colaboración vigentes. Por su parte, los órganos unipersonales han estado integrados por árbitros pertenecientes al Ayuntamiento de Madrid.

Durante el año 2024, los órganos arbitrales han emitido **123 laudos**, de los cuales 111 han sido dictados en equidad y 12 en derecho. El 56,10 % de las resoluciones han estimado total o parcialmente las pretensiones de las personas consumidoras, mientras que un 22,76 % fueron desestimatorias. Además, se han alcanzado 18 resoluciones conciliatorias.

### Resultado/resoluciones arbitrales

|                                  |    |         |
|----------------------------------|----|---------|
| Estimatorio total o parcialmente | 69 | 56,10 % |
| Desestimatorio                   | 28 | 22,76 % |
| Conciliatorio                    | 18 | 14,63 % |
| Archivo-vía judicial cerrada     | 2  | 1,63 %  |
| Archivo-vía judicial expedita    | 0  | 0,00 %  |
| Suspensión                       | 0  | 0,00 %  |
| Inspección ocular                | 0  | 0,00 %  |
| Inhibitorio                      | 6  | 4,88 %  |

### Colaboración institucional y convenios

Durante el ejercicio 2024 se han tramitado, con carácter anticipado, las prórrogas correspondientes al año 2025 de los convenios suscritos entre el Ayuntamiento de Madrid y las asociaciones de personas consumidoras y organizaciones empresariales, con el fin de garantizar la eficaz gestión y el adecuado funcionamiento del Sistema Arbitral de Consumo. En total, se han formalizado 30 prórrogas: 15 con asociaciones de consumidores y 15 con organizaciones empresariales.

Asimismo, se ha impulsado la ampliación de la línea de colaboración ya iniciada con la Universidad Nacional de Educación a Distancia (UNED), ofreciendo a otras universidades públicas de la Comunidad de Madrid —Universidad Complutense de Madrid, Universidad Autónoma de Madrid y Universidad Carlos III— la posibilidad de establecer acuerdos de colaboración con la Junta Arbitral de Consumo del Ayuntamiento de Madrid. El objetivo de estas iniciativas es fortalecer la gestión del Sistema Arbitral de Consumo en beneficio de la ciudadanía madrileña.

## Promoción del arbitraje de consumo

A lo largo de 2024, se han desarrollado diversas acciones con el objetivo de fomentar el conocimiento del SAC entre la ciudadanía y promover la adhesión voluntaria de nuevas empresas. Esta labor de impulso se ha articulado a través de distintas acciones.



Una de las principales acciones de promoción desarrolladas en 2024 ha sido la [campaña “Consuma Confianza”](#), diseñada para dar visibilidad al Sistema Arbitral de Consumo y a los servicios municipales en materia de consumo. Esta campaña se difundió a través de distintos soportes de mobiliario urbano, incluyendo un circuito de marquesinas de autobuses —con 56 carteles— y otro de *mupis* —con 128 carteles— distribuidos por toda la ciudad, del 28 de octubre al 3 de noviembre.

Además, la campaña tuvo presencia en otros canales de comunicación como emisoras de radio y redes sociales, reforzando su alcance y conectando con un público amplio y diverso.

Como complemento a las acciones de difusión, en 2024 se imprimieron 2.000 ejemplares del [tríptico informativo sobre el Sistema Arbitral de Consumo](#). Este material ha servido de apoyo en distintas campañas de sensibilización dirigidas tanto a las personas consumidoras como al tejido empresarial madrileño, con el objetivo de dar a conocer el funcionamiento, ventajas y garantías que ofrece este sistema de resolución extrajudicial de conflictos.

En el marco de la adaptación normativa derivada de la aprobación del Real Decreto 713/2024, de 23 de julio, por el que se aprueba el Reglamento que regula el Sistema Arbitral de Consumo, se ha trabajado en la elaboración de [dos nuevos formularios electrónicos: la Solicitud de Arbitraje y la Oferta Pública de Adhesión al SAC](#). Aunque no han sido publicados en la sede electrónica municipal durante este ejercicio, ambos documentos han sido revisados y actualizados para ajustarse a las nuevas exigencias normativas. Esta actualización ha incluido la incorporación de cláusulas relativas al acceso a datos o documentos por parte del Ayuntamiento de Madrid, así como el derecho de

oposición de las personas usuarias. Para ello, ha sido necesario ampliar los servicios autorizados para consulta en la Plataforma de Intermediación de Datos (PID), gestionada por el Ministerio para la Transformación Digital y de la Función Pública, conforme a lo previsto en el artículo 28.2 de la Ley 39/2015, de 1 de octubre, del Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas.

Con el objetivo de mantener actualizado el censo de empresas y profesionales adheridos al Sistema Arbitral de Consumo, disponible en el espacio “Consumo” de la web municipal ([www.madrid.es/consumo](http://www.madrid.es/consumo)), durante 2024 se ha procedido a la revisión de los datos relativos a aquellas entidades en situación de concurso, disolución o extinción. A partir de los resultados de la «Campaña para la actualización de los censos de empresarios y profesionales adheridos al Sistema Arbitral de Consumo y a Códigos de Buenas Prácticas Empresariales», llevada a cabo en el ejercicio anterior, se han tramitado 137 expedientes, con el fin de dar de baja a las empresas afectadas en el registro público del SAC y retirarles el distintivo correspondiente. Para ello, se han realizado las oportunas comprobaciones a través del Registro Público Concursal y del Boletín Oficial del Registro Mercantil.

Al cierre del año 2024, se han registrado únicamente 4 nuevas adhesiones, alcanzando un total de 4.157 empresas madrileñas adheridas al Sistema Arbitral de Consumo. Este escaso crecimiento se explica, en gran medida, porque no se pudo desarrollar la habitual campaña de comunicación directa a empresas para el fomento de adhesiones, debido a que no se llegó a firmar el convenio de colaboración previsto para tal fin.

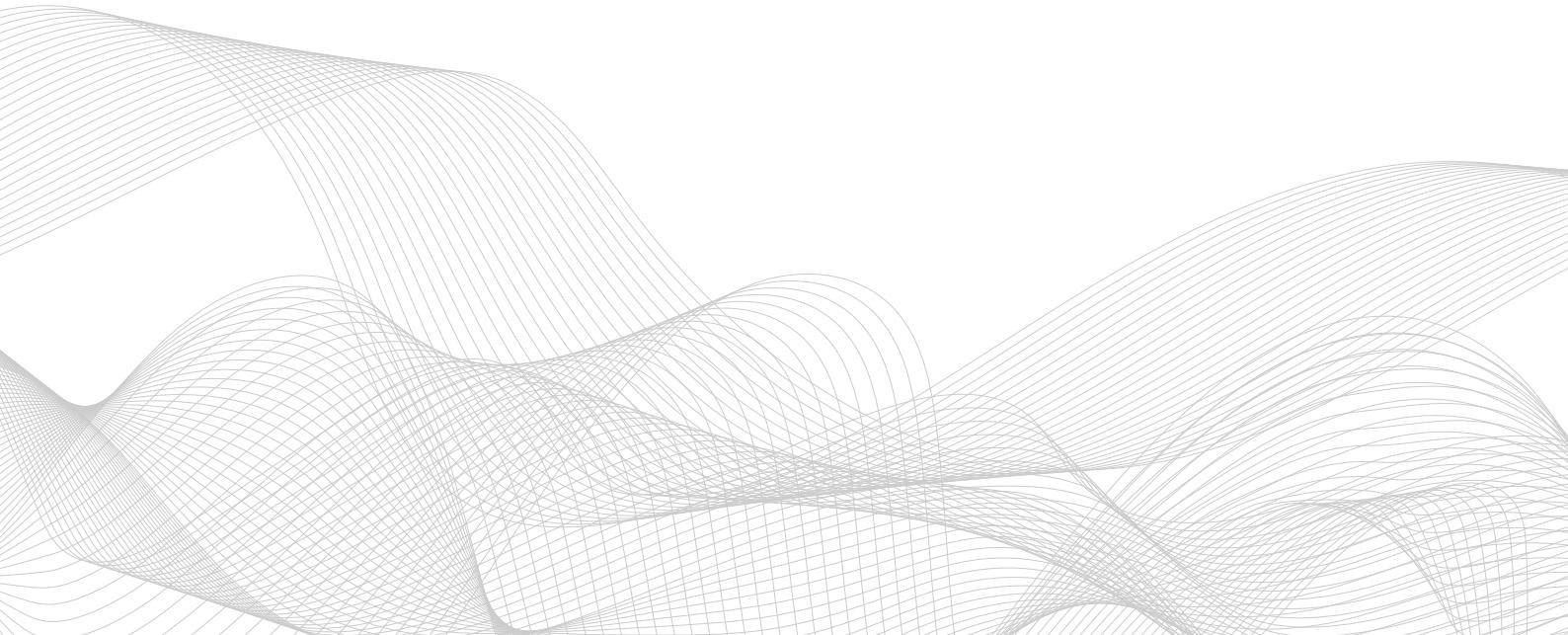
## Desarrollos informáticos

A lo largo de 2024 se ha continuado con la gestión de las solicitudes de arbitraje a través de la aplicación SIGSA, basada en el expediente electrónico. Asimismo, se ha seguido trabajado en el desarrollo y uso de la notificación electrónica y la aplicación *Data Warehouse (Business Intelligence)*, que permite la explotación estadística de los datos de forma ágil y eficaz, facilitando así la toma de decisiones y la mejora de la gestión.

Por otro lado, se sigue trabajando en la implementación, por parte del servicio de Informática del Ayuntamiento de Madrid (IAM), de un nuevo proyecto destinado a la automatización parcial y a la mejora de los flujos de trabajo asociados a los procedimientos arbitrales. Esta iniciativa tiene como objetivo incrementar la eficiencia y agilidad de la tramitación administrativa de los expedientes gestionados por la Junta Arbitral de Consumo del Ayuntamiento de Madrid.

**3**

**Línea de acción III**  
*Divulgación y comunicación*



La divulgación general en materia de consumo constituye una de las principales líneas de actuación desarrolladas por el actual Instituto Municipal de Consumo, en el ejercicio de sus competencias. Su finalidad es acercar a la ciudadanía información clara, actualizada y comprensible sobre **sus derechos como personas consumidoras**, fomentar un **consumo informado y responsable** y **dar a conocer los servicios públicos municipales disponibles en esta materia**, promoviendo su uso activo por parte de la población.

Esta estrategia de comunicación se lleva a cabo con especial atención a las **personas consumidoras en situación de vulnerabilidad**, facilitando el acceso a la información mediante acciones específicas de adaptación, accesibilidad y proximidad que refuercen su autonomía y capacidad de toma de decisiones.

Durante el año 2024, esta labor se ha llevado a cabo a través de distintos canales y soportes, que van desde la distribución de material impreso en zonas comerciales hasta el uso intensivo de medios digitales y redes sociales. La tendencia hacia una mayor digitalización de los contenidos se ha consolidado, ganando peso los materiales en formato audiovisual, especialmente los vídeos divulgativos.

En este ejercicio se han editado nuevas **guías y folletos impresos**. Sin embargo, la producción de contenidos digitales ha sido prioritaria, enfocándose este año en la creación de materiales sobre temáticas generales de consumo y en la difusión de los servicios municipales que presta el Ayuntamiento de Madrid a la ciudadanía.

Ha cobrado especial relevancia el uso de la **página web corporativa** ([www.madrid.es/consumo](http://www.madrid.es/consumo)), donde se han publicado numerosos contenidos de interés, tanto permanentes como temporales, con especial atención a la divulgación de novedades legislativas y campañas institucionales. Además, se han actualizado de forma periódica los espacios destinados al sector empresarial, incluyendo protocolos y resultados de campañas de inspección y códigos de buenas prácticas.

Toda esta labor se ha complementado con la actividad desarrollada en las **redes sociales** institucionales del actual Instituto Municipal de Consumo: X (antes Twitter), Instagram, YouTube y Facebook, utilizadas para difundir mensajes clave, promover campañas y acercar contenidos divulgativos a un público más amplio y diverso.

A lo largo del año se han lanzado diversas **campañas informativas en mobiliario urbano y soportes digitales**, orientadas a informar sobre los servicios disponibles para la ciudadanía en materia de consumo y fomentar el consumo sostenible y el comercio justo.

## Campaña de educación financiera

---

En cumplimiento de los compromisos adquiridos y en el ejercicio de las competencias asignadas, se ha desarrollado durante el año 2024 una campaña específica de educación financiera, orientada a informar y capacitar a las personas consumidoras en el ejercicio de sus derechos y responsabilidades en este ámbito, así como a fomentar una gestión económica personal y familiar más consciente y segura.

Como parte de esta campaña, se han elaborado y publicado cinco vídeos divulgativos centrados en cuestiones clave de educación financiera, entre ellas el uso de tarjetas bancarias, los créditos rápidos y al consumo y los planes de pensiones. Estos contenidos, accesibles a través de los canales digitales municipales, tienen como objetivo explicar de forma clara conceptos financieros fundamentales y ayudar a prevenir situaciones de contratación no informada.

Adicionalmente, y con el fin de acercar esta información al público más joven, se han producido tres vídeos dirigidos específicamente a la población juvenil, con un enfoque dinámico, visual y adaptado a sus preferencias comunicativas. Estos materiales tratan temas como el funcionamiento de las cuentas corrientes, las tarjetas bancarias y otras formas de pago, promoviendo así el desarrollo de competencias financieras desde edades tempranas.

Estas acciones se han complementado con la inclusión de contenidos de educación financiera en el programa de formación en materia de consumo.

## Campaña de promoción de los servicios de consumo

---

En el marco de las acciones de divulgación institucional, durante el ejercicio 2024 se ha lanzado la campaña **Consuma confianza**, con el objetivo de **acercar a la ciudadanía los servicios municipales de atención al consumidor** y fomentar, al mismo tiempo, la participación activa en el **Sistema Arbitral de Consumo**.

La campaña ha perseguido el doble propósito de facilitar el conocimiento, por un lado, de los recursos de información, asesoramiento y reclamación que el Ayuntamiento de Madrid pone a disposición de las personas consumidoras, y, por otro, del Sistema Arbitral de Consumo.

Para su difusión, se han utilizado diversos canales de comunicación con el objetivo de alcanzar a un amplio espectro de público. Entre ellos destacan la **emisión de cuñas de radio**, la publicación de **anuncios en prensa escrita**, la utilización de **sopletes exteriores** como marquesinas y *mupis* —del 28 de octubre al 3 de noviembre 2024—, así como la difusión en redes sociales institucionales y la proyección de contenidos a través de la red **Canalmercado**, presente en los principales mercados municipales. Además, se ha complementado con información específica publicada en la **web municipal**, ofreciendo detalles sobre los servicios disponibles y el proceso de adhesión al arbitraje.



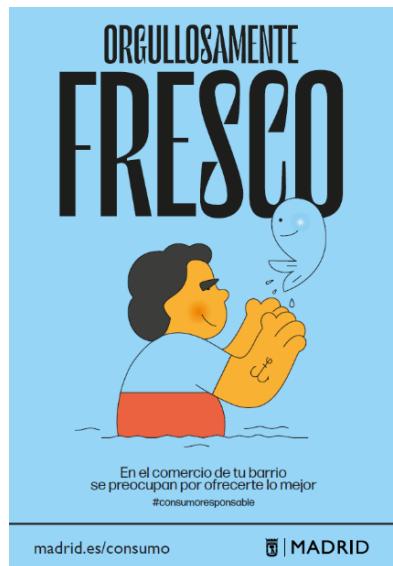
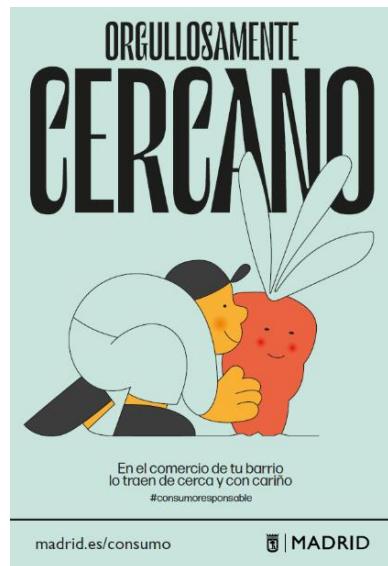
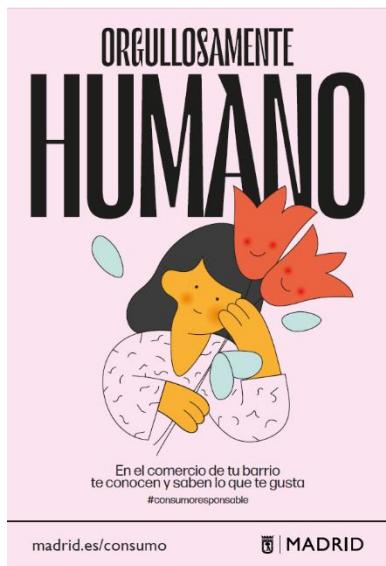
## Otras campañas de información en espacios públicos

### Campaña de promoción del consumo responsable

Dentro de las acciones de fomento del consumo responsable, durante el año 2024 se han llevado a cabo dos campañas específicas de comunicación bajo el lema “**Orgullosamente cercano, fresco y humano**”, orientadas a promover los valores asociados al comercio de proximidad, sostenible y humano.

La primera de estas campañas se desarrolló entre los días 1 y 7 de abril en marquesinas repartidas por distintos puntos de la ciudad, mientras que la segunda tuvo lugar del 8 al 14 de abril en *mupis*. Para su ejecución se imprimieron un total de 117 carteles para marquesinas y 261 carteles para *mupis*, con el fin de conseguir una amplia visibilidad del mensaje en entornos de tránsito habitual de la ciudadanía.

Estas acciones se enmarcan en la estrategia municipal de sensibilización y comunicación orientada a impulsar hábitos de consumo más sostenibles, éticos y conscientes, reforzando al mismo tiempo la visibilidad de los servicios municipales de apoyo a las personas consumidoras.



## Campañas de comunicación directa en colaboración con asociaciones de consumidores

Mediante estas campañas de comunicación directa, se acerca la información sobre consumo a los lugares donde la ciudadanía realiza sus compras cotidianas, con el objetivo de promover un mejor conocimiento de sus derechos y fomentar un consumo responsable e informado. Estas acciones se desarrollan en colaboración con las asociaciones de consumidores integradas en el Consejo Sectorial de Consumo, a través de los convenios bilaterales suscritos con el Ayuntamiento de Madrid para la realización de programas de información en espacios públicos.

Durante el ejercicio 2024, se ha prorrogado la vigencia de los seis convenios de colaboración existentes, lo que ha permitido la ejecución de los dos programas que se detallan a continuación.

### Programa de información en ejes comerciales

Este programa consiste en la instalación de puntos informativos en ejes comerciales de la ciudad, donde personal de las asociaciones atiende directamente las consultas de las personas consumidoras y distribuye folletos y guías editadas por el Instituto Municipal de Consumo sobre temas de actualidad e interés en materia de consumo.

En 2024 se han instalado seis puntos informativos, atendidos cada uno por una de las asociaciones firmantes de los convenios, en ejes comerciales localizados en los distritos de Centro, Retiro, Salamanca y Tetuán, así como en dos mercados municipales, concretamente en San Diego (Puente de Vallecas) y Barrio de la Concepción (Ciudad Lineal).

Cada asociación ha desarrollado su actividad durante cuatro días, incluyendo una jornada coincidente con el Día Mundial de los Derechos del Consumidor (15 de marzo), y otras tres en los meses de junio y julio, coincidiendo con el periodo de rebajas. En total, se han dedicado 20 horas por asociación a este programa, lo que supone 120 horas de información a pie de calle en el conjunto de la campaña.

### Programa de información en mercadillos

Como parte de este marco de colaboración, en 2024 también se han instalado puntos informativos en 12 mercadillos municipales, repartidos en 11 distritos de la ciudad, con el objetivo de acercar la información en materia de consumo a estas localizaciones.

Cada una de las seis asociaciones participantes ha asumido la atención en dos mercadillos, desarrollando en cada uno cuatro jornadas informativas de cinco horas de duración. En total, cada asociación ha dedicado 40 horas a esta acción, lo que representa un acumulado de 240 horas de atención directa en mercadillos municipales durante 2024.

| Distrito            | Mercadillo              |
|---------------------|-------------------------|
| Centro              | Parque de la Cornisa    |
| Fuencarral-El Pardo | Santa Ana               |
| Puente de Vallecas  | Fontarrón               |
|                     | Aragoneses              |
| Ciudad Lineal       | Gandhi                  |
| Hortaleza           | Alcorisa-C/ San Silvano |
| Carabanchel         | Vía Lusitana            |
| Villa de Vallecas   | Sierra Gorda            |
| Vicálvaro           | San Cipriano            |
| San Blas-Canillejas | Arcos de Jalón          |
| Villaverde          | Ciudad de los Ángeles   |
| Usera               | San Fermín              |

## Jornadas “Madrid te asesora” en colaboración con el Colegio Notarial de Madrid

---

En el marco de las competencias en materia de desarrollo de programas y actuaciones singulares de información y formación dirigidas a las personas consumidoras, el Ayuntamiento de Madrid ha continuado impulsando iniciativas destinadas a mejorar el conocimiento ciudadano en materia de educación financiera y gestión de la economía personal y familiar. Fruto de esta línea de trabajo, en 2022 se inició una colaboración con el Colegio Notarial de Madrid, que permitió poner a disposición de la ciudadanía el conocimiento experto de notarios de reconocido prestigio, abordando temas de interés general desde una perspectiva práctica y accesible.

Esta iniciativa tuvo continuidad a lo largo de 2024, periodo en el que, entre los meses de enero y mayo (segunda parte de la segunda edición) y entre noviembre y diciembre (primera parte de la tercera edición), se organizó un ciclo de siete jornadas abiertas al público, bajo el título “Madrid te asesora”. En cada sesión, los ponentes abordaron cuestiones de carácter civil y mercantil directamente relacionadas con la gestión económica de las familias, tales como herencias, testamentos, compraventa de vivienda o protección jurídica en situaciones de vulnerabilidad.

Cada jornada consistió en una conferencia seguida de un coloquio abierto, en el que las personas asistentes pudieron plantear dudas concretas y recibir orientación de los ponentes, lo que permitió generar un espacio de formación cercana y de alta utilidad para la ciudadanía.

## Elaboración de material divulgativo

La elaboración y difusión de materiales divulgativos constituye una herramienta clave en la estrategia de comunicación del Instituto Municipal de Consumo, orientada a facilitar el acceso de la ciudadanía a información clara, actualizada y útil en materia de consumo. Estos contenidos se producen tanto en formato impreso como digital y son utilizados en diversos canales de atención, campañas informativas y programas de proximidad.

### Guías, folletos y recomendaciones

Las guías y folletos, en formato impreso o digital, siguen siendo un recurso fundamental para la atención presencial en las oficinas de la OMIC, así como para su distribución en puntos informativos instalados en espacios públicos, centros de mayores o actos municipales. Cada año se revisa el catálogo de publicaciones para identificar aquellas que requieren actualización en función de los cambios normativos o de su demanda para distribución física.

|  | Número de ejemplares | Tipo de publicación |
|--|----------------------|---------------------|
| Guía <i>Las personas mayores y el consumo</i>  | 15.000               | Impresa             |
| Guía <i>Servicios OMIC</i>                     | 15.000               | Impresa             |
| Tríptico <i>El Sistema Arbitral de Consumo</i> | 2.000                | impreso             |

En 2024 ha sido necesaria la **reedición de la guía “Las personas mayores y el consumo”**, para incorporar de forma integrada la agenda elaborada en 2022 sobre el **bono social de electricidad**. De esta versión actualizada se han impreso **15.000 ejemplares** para su distribución.

### Vídeos divulgativos

Desde 2022 se viene desarrollando una línea de contenidos audiovisuales basada en vídeos de corta duración o “píldoras informativas”, con formato accesible y lenguaje claro, diseñados como herramientas de información y sensibilización sobre cuestiones clave en materia de consumo. Estos materiales forman parte de una estrategia de comunicación visual que complementa los contenidos escritos y se orienta a públicos diversos. Tratan cuestiones tanto generales como sectoriales, e incluyen también información sobre los servicios que presta el Ayuntamiento de Madrid en esta materia.

Durante 2024 se ha finalizado la elaboración del catálogo de temas previstos, consolidando así una colección de recursos audiovisuales. En total, se han elaborado **37 vídeos divulgativos de carácter**

**general**, muchos de ellos centrados en la explicación de derechos y obligaciones en situaciones habituales de consumo. Dentro de este conjunto, **cinco videos** han abordado específicamente cuestiones de **educación financiera**, entre ellas las relativas al uso de tarjetas bancarias, los créditos rápidos y al consumo o los planes de pensiones.

Entre los temas tratados en esta colección de vídeos generales se incluyen, además, cuestiones relacionadas con el arrendamiento de vivienda, la contratación de servicios, la garantía de productos, las reparaciones en el hogar, la compra de vehículos nuevos o usados, así como los procedimientos de reclamación, arbitraje y uso de hojas de reclamaciones.

|                                       |                                 |
|---------------------------------------|---------------------------------|
| EDUCACIÓN FINANCIERA: TARJETAS        | OMIC                            |
| TARJETAS BANCARIAS                    | SEGUROS                         |
| CRÉDITOS RÁPIDOS                      | GARANTÍA DE LOS PRODUCTOS       |
| CRÉDITOS AL CONSUMO                   | PRODUCTOS DEFECTUOSOS           |
| PLANES DE PENSIONES                   | PUBLICIDAD                      |
| DÍA DEL CONSUMIDOR 2024               | RECLAMACIÓN DE GARANTÍA         |
| ARRENDAMIENTO VIVIENDAS. DURACIÓN     | DEVOLUCIÓN/DESISTIMIENTO        |
| ARRENDAMIENTO VIVIENDAS. LA RENTA     | LIMITACIÓN EN PAGOS CON TARJETA |
| ARRENDAMIENTO VIVIENDAS. GASTOS       | JUSTIFICANTE DE COMPRAS         |
| TALLERES REPARACIÓN VEHÍCULOS         | RECLAMACIONES                   |
| COMPRA DE VEHÍCULOS NUEVOS            | OMIC                            |
| GIMNASIOS                             | ARBITRAJE                       |
| AUTOESCUELAS                          | HOJAS DE RECLAMACIONES          |
| DIEZ CLAVES PARA CONOCER TUS DERECHOS | MATERIAL ESCOLAR                |
| REPARACIONES EN EL HOGAR              | TALLERES                        |
| COMPRA DE VEHÍCULOS USADOS            | TINTORERÍAS                     |
| MATERIAL ESCOLAR                      | GIMNASIOS                       |
| GASOLINERAS                           | GASOLINERAS                     |
| TINTORERÍAS                           |                                 |

Con el fin de avanzar en la inclusión y accesibilidad de los contenidos, se han producido también **10 videos específicamente adaptados para personas del espectro autista**, centrados en explicar conceptos como garantías, productos defectuosos, formas de devolución o derechos de reclamación, con un diseño visual adaptado y mensajes especialmente estructurados.

|                        |
|------------------------|
| GARANTÍAS              |
| PRODUCTOS DEFECTUOSOS  |
| PUBLICIDAD             |
| SOLUCIÓN ANTE DEFECTOS |
| RECLAMACIÓN GARANTÍA   |

|                          |
|--------------------------|
| DEVOLUCIÓN/DESISTIMIENTO |
| GASTOS DEVOLUCIÓN        |
| PAGO CON TARJETA         |
| JUSTIFICANTE DE COMPRA   |
| RECLAMACIONES            |

Asimismo, se ha desarrollado una tercera línea de contenidos en formato más dinámico y ágil, pensada para el público joven, con **11 videos orientados a la población juvenil** sobre temas como los contenidos y servicios digitales, el derecho de desistimiento, los medios de pago, la publicidad o los mecanismos de protección de las personas consumidoras.

|                                  |
|----------------------------------|
| CONTENIDOS Y SERVICIOS DIGITALES |
| DERECHO DESISTIMIENTO            |
| TARJETAS BANCARIAS               |
| CUENTA CORRIENTE EN BANCOS       |
| OTRAS FORMAS DE PAGO             |
| OMIC                             |

|                         |
|-------------------------|
| ARBITRAJE DE CONSUMO    |
| HOJAS DE RECLAMACIONES  |
| PRODUCTOS DEFECTUOSOS   |
| PUBLICIDAD              |
| RECLAMACIÓN DE GARANTÍA |

Todos estos vídeos se difunden a través de la web municipal ([www.madrid.es/consumo](http://www.madrid.es/consumo)), las redes sociales institucionales del Instituto Municipal de Consumo y en otros soportes como pantallas digitales instaladas en mercados municipales, lo que permite acercar la información a distintos segmentos de población de forma directa, visual y adaptada a distintos entornos de uso.

### Accesibilidad de los contenidos audiovisuales: traducción a lengua de signos

Con el objetivo de garantizar la accesibilidad universal y facilitar el acceso a la información y formación en materia de consumo a todas las personas, el Instituto Municipal de Consumo ha llevado a cabo en 2024 una actuación dirigida específicamente a personas sordas o con discapacidad auditiva.

Esta acción se ha centrado en la **traducción a lengua de signos española de un total de 26 vídeos** pertenecientes a la videoteca institucional publicada en la web del Ayuntamiento de Madrid, que contiene contenidos informativos y formativos en materia de consumo. Se trata de una medida especialmente enfocada a consumidores vulnerables, alineada con los principios de equidad e inclusión que rigen la actuación municipal en este ámbito.

Mediante esta iniciativa se da respuesta a la necesidad de proporcionar información accesible y comprensible, dotando a la ciudadanía de herramientas que refuercen su autonomía y su capacidad

de tomar decisiones informadas y responsables en sus relaciones de consumo. La accesibilidad de los contenidos audiovisuales se consolida así como un componente esencial en el diseño de una política pública de consumo más justa, igualitaria y eficaz.

## Actualización del contenido del espacio web corporativo

---

El espacio web corporativo dedicado al consumo se localiza en el área temática dedicada a la Actividad Económica y Hacienda. Además, es accesible a través de la dirección amigable [www.madrid.es/consumo](http://www.madrid.es/consumo) y del enlace específico para los asuntos relativos al comercio justo [www.madrid.es/comerciojusto](http://www.madrid.es/comerciojusto).

Las labores de actualización han abarcado los espacios informativos de la OMIC, las secciones dedicadas a las empresas adheridas al Sistema Arbitral de Consumo (SAC) y a los códigos de buenas prácticas (CBP), así como los protocolos y resultados de campañas de inspección, publicaciones especializadas, noticias y contenidos normativos de interés, así como toda la información relativa a la Carta de Servicios de la OMIC.

En el apartado dirigido a las personas consumidoras, se han actualizado de manera periódica los espacios sectoriales, siendo especialmente frecuentes las modificaciones relacionadas con los sectores de gas y electricidad. En relación con los suministros energéticos, se han incorporado contenidos sobre las prórrogas del bono social de electricidad, actualizaciones tarifarias, reducción de impuestos, finalización del mecanismo de ajuste del precio del gas, así como las medidas sobre la tarifa de último recurso para comunidades con calefacción central.

En total, se han realizado **191 actualizaciones** en los contenidos específicos de la OMIC, dato que constituye un indicador recogido en la Carta de Servicios de la OMIC.

A petición de la unidad coordinadora y siguiendo sus indicaciones, durante el ejercicio 2024 se ha trabajado en diversas tareas de adaptación y revisión en la aplicación WEM, con motivo del proceso de migración a su nueva versión.

En el espacio dedicado al Sistema Arbitral de Consumo (SAC), se ha procedido a actualizar el listado de empresas adheridas, así como a revisar y actualizar el contenido del trámite de propuesta de árbitros.

En el apartado correspondiente a los códigos de buenas prácticas (CBP), se ha realizado una revisión integral de la presentación de los 19 códigos sectoriales publicados, con el objetivo de unificar su formato y adoptar un modelo más genérico que facilite su consulta y mantenimiento.

Asimismo, en el espacio destinado al comercio justo, se han llevado a cabo modificaciones de diversos contenidos, orientadas a mejorar la estructura informativa y facilitar el acceso a las acciones realizadas y materiales divulgativos.

Por último, en el área destinada al sector empresarial, se han incluido los protocolos de todas las campañas de inspección programadas para 2024, así como los resultados de las campañas ejecutadas en el ejercicio anterior.

### Promocionales destacados en la web

Un recurso especialmente utilizado durante 2024 han sido los contenidos promocionales destacados, publicados como elementos visibles en la página principal del portal de consumo. Estos promocionales han permitido ofrecer información actualizada, recomendaciones prácticas, novedades legislativas o actividades conmemorativas en fechas señaladas. En total, se han publicado **4 promocionales**, algunos de ellos con contenido compuesto por varios bloques y sujetos a actualizaciones a lo largo del año.

Temáticas destacadas en los promocionales en 2024:

Sesiones formativas en colaboración con el Colegio Notarial de Madrid.

Campaña de actualización de censos de empresas adheridas al SAC y a los CBP.

Nuevas medidas energéticas en suministros y transparencia (4 actualizaciones).

Día Mundial de los Derechos de las Personas Consumidoras.

## Redes sociales del Instituto Municipal de Consumo

Las redes sociales institucionales gestionadas por el actual Instituto Municipal de Consumo —X (antiguo Twitter), Instagram, Facebook y YouTube, bajo el identificador común #consumomadrid— se consolidan como canales de comunicación directa, rápida y eficaz con la ciudadanía. Su valor como herramientas de divulgación contribuye activamente al ejercicio de las competencias municipales en materia de protección de los derechos de las personas consumidoras, permitiendo alcanzar públicos diversos y ampliar el impacto de las campañas y contenidos informativos.

A través de estos canales se publican contenidos diarios, tanto de carácter general como sectorial, relacionados con temas de actualidad, novedades legislativas, recomendaciones prácticas y noticias relevantes. Se da prioridad a aquellos temas con especial incidencia o urgencia, procurando una difusión ágil y eficaz de la información.

A continuación, se detalla la actividad realizada en cada red durante el ejercicio 2024:



Instagram

*instagram.com/consumomadrid/*

Durante el año 2024, se han realizado **239 publicaciones** en esta plataforma.



Facebook

*facebook.com/consumomad*

Durante 2024, se han registrado **177 publicaciones** en la cuenta institucional.



X (anteriormente Twitter)

*x.com/consumomadrid*

En esta red se han publicado un total de **517 contenidos**, lo que la convierte en el canal con mayor volumen de actividad durante el año.



YouTube

*youtube.com/@consumomadrid1983*

La cuenta de YouTube, también puesta en marcha durante 2024, ha iniciado su actividad con la publicación de **3 vídeos divulgativos**.

## Acto conmemorativo del Día Mundial de los Derechos del consumidor

Con motivo del **Día Mundial de los Derechos de las Personas Consumidoras**, el **15 de marzo de 2024** se celebró un acto institucional en el **mercado municipal de Ventas**, orientado a reforzar la visibilidad de los servicios de consumo del Ayuntamiento de Madrid y a promover valores asociados al consumo responsable y al desarrollo sostenible.

Durante el acto se llevó a cabo el **lanzamiento de la campaña “Orgullosamente local. Cercano, fresco y humano”**, centrada en la promoción del comercio de proximidad y responsable. Esta campaña se difundió a través de soportes digitales, redes sociales institucionales y pantallas instaladas en diversos mercados municipales, con el objetivo de alcanzar al mayor número posible de personas consumidoras en entornos cotidianos de compra.

Asimismo, se anunció públicamente la **convocatoria del primer premio “Consumo Responsable de la Ciudad de Madrid”**, una iniciativa enmarcada en las propuestas de metas planteadas por las distintas áreas de gobierno dentro de las estrategias y planes sectoriales para la consecución de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), en coordinación con el Programa Operativo del Gobierno de la Ciudad de Madrid. En particular, este premio se alinea con la meta del ODS 12 (producción y consumo responsables) relativa a “incrementar la sensibilización en materia de desarrollo sostenible y consumo responsable”.

El premio tiene como finalidad reconocer públicamente iniciativas ejemplares que promuevan el consumo responsable y la defensa de los derechos de las personas consumidoras, con especial atención a aquellas dirigidas a sectores en situación de mayor vulnerabilidad. Para ello, se han establecido tres categorías:

Categoría 1. Actuaciones empresariales que hayan contribuido a la formación y protección de las personas consumidoras, fomentando prácticas de consumo responsable.

Categoría 2. Iniciativas que faciliten la accesibilidad e inclusión de personas con discapacidad cognitiva en el ejercicio de sus derechos como consumidoras.

Categoría 3. Mejor relato infantil o juvenil sobre educación en consumo responsable y derechos de las personas consumidoras, bajo el tema *“Mis derechos como persona consumidora”*.

**4**

**Línea de acción IV**  
*Formación*

Durante el año 2024, se ha llevado a cabo una intensa labor formativa sobre los derechos en las relaciones de consumo, dentro de las competencias asignadas en dicha materia.

La mayor parte de estas actuaciones se ha desarrollado en el marco del **Programa anual de formación en materia de consumo**, ejecutado mediante el contrato vigente durante el ejercicio 2024, con especial atención a los colectivos más vulnerables dentro del ámbito del consumo, destacando particularmente las acciones dirigidas a personas mayores. Asimismo, se ha continuado con las intervenciones habituales orientadas al sector empresarial, a través de visitas personalizadas a establecimientos ubicados en zonas comerciales previamente seleccionadas.

En este contexto, se han implementado con éxito todas las tipologías de actividades previstas en el programa: talleres educativos en centros escolares, sesiones formativas para personas adultas, puntos informativos en centros de mayores, actividades específicas en colegios de educación especial y el programa dirigido a comerciantes. El esfuerzo conjunto del equipo técnico y la destacada colaboración de los centros participantes han hecho posible alcanzar los objetivos establecidos, tanto en número de sesiones como en alumnado formado.

En cuanto a la **formación específica para el personal municipal**, se ha coordinado, previa consulta con los distritos, una programación de cursos destinados a la mejora continua de los servicios municipales mediante la actualización de conocimientos en materia de consumo. Estas acciones formativas se han desarrollado en formato presencial y *online*, utilizando las herramientas corporativas que permiten la interacción directa con los participantes. Dentro de esta oferta interna, se han incluido también cursos abiertos a todo el personal municipal, orientados a reforzar el conocimiento de sus derechos como personas consumidoras y a fomentar prácticas de consumo responsable y sostenible.

## Programa de formación en consumo

---

El Programa de formación en materia de consumo de este año ha incluido un conjunto de acciones formativas dirigidas a distintos públicos objetivo, con especial atención a aquellos colectivos que, conforme a la normativa vigente, requieren una protección reforzada como escolares, personas con discapacidad, personas mayores e inmigrantes.

En total, se han llevado a cabo **1.452 acciones formativas dirigidas a personas consumidoras**, que han contado con **37.540 participantes**. Por otra parte, se ha continuado con el desarrollo de **acciones**

orientadas al sector empresarial, a través de visitas personalizadas a establecimientos. Así pues, el **programa de formación en consumo 2024 ha comprendido un total de 2.204 acciones formativas**, incluyendo tanto actividades dirigidas a personas consumidoras como visitas personalizadas a establecimientos comerciales.

|   | <b>Acciones</b> | <b>Participantes</b> | <b>Hombres</b>   | <b>Mujeres</b>   |
|---|-----------------|----------------------|------------------|------------------|
| <b>Personas consumidoras</b>                        |                 |                      |                  |                  |
| Talleres de consumo                                 | 1.320           | 27.806               | 14.234           | 13.572           |
| Yincanas de consumo                                 | 6               | 82                   | 47               | 35               |
| Supermercado itinerante                             | 15              | 119                  | 75               | 44               |
| Sesiones formativas para personas adultas           | 72              | 1.017                | 432              | 585              |
| Sesiones en centros municipales de personas mayores | 39              | 8.514                | 265 <sup>1</sup> | 449 <sup>1</sup> |
| <b>Sector empresarial</b>                           |                 |                      |                  |                  |
| Visitas a establecimientos comerciales              | 752             | 752                  |                  |                  |

<sup>1</sup> Este dato recoge únicamente la desagregación de los participantes en las 714 encuestas realizadas en los centros de mayores

Al igual que en el ejercicio anterior, los datos relativos a la participación en acciones formativas destinadas a personas consumidoras se han recogido desagregados por género, en cumplimiento del indicador correspondiente a los objetivos presupuestarios. El resultado ha sido una participación equilibrada, con un 50,6 % de hombres y un 49,4 % de mujeres, lo que refleja un grado muy elevado de paridad.

## Talleres de consumo

Se trata de actividades educativas desarrolladas en el entorno escolar, centradas en temas monográficos relacionados con el consumo. Estos talleres tienen como finalidad promover la formación específica desde edades tempranas, actuando como complemento a la enseñanza reglada.

La oferta temática, similar a la del ejercicio anterior, ha estado dirigida a todos los niveles del sistema educativo, desde educación infantil hasta bachillerato, incluyendo la formación profesional. En todos los casos, el formato adoptado ha sido el de taller práctico e interactivo, que permite la participación activa del alumnado.

## Oferta temática de los talleres de consumo en 2024

Salud y seguridad de los productos

Saber comprar

Suministros básicos

Comercio justo

Consumo sostenible de productos y servicios

Gestión de la economía doméstica

Las redes sociales y su utilización

Medios de pago y nuevas tecnologías

Comercio electrónico

Ocio, juegos y juguetes

Consumo y alimentación sostenible: desperdicio alimentario

Uso sostenible de la energía: ahorro y eficiencia energética

Minimización, separación y reciclaje de residuos. La fracción biorresiduo

Educación financiera: banca, seguros y finanzas

Publicidad y medios de comunicación

Reclamaciones y denuncias de consumo

Durante 2024 se celebraron un total de **1.320 talleres**, cumpliendo con lo previsto en la planificación anual. Todas las sesiones se impartieron de forma presencial y contaron **con la participación de 27.806 personas**. Las temáticas fueron seleccionadas por los propios centros dentro de una oferta diversa, con un fuerte componente de sensibilización en torno al consumo responsable, alineado con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de las Naciones Unidas.

La evaluación realizada al finalizar el conjunto de talleres arroja una **valoración media de 4,8 sobre 5**, lo que supone una mejora respecto de la obtenida en el ejercicio anterior (4,72), refleja un elevado grado de satisfacción por parte de los destinatarios y confirma que esta actividad formativa ha respondido a las expectativas de los centros solicitantes.

Asimismo, algunas temáticas han sido priorizadas por su alineación con otros proyectos y objetivos impulsados desde el ámbito municipal en materia de consumo. Entre ellas, cabe destacar las siguientes:

#### TEMÁTICAS PRIORIZADAS

|                                |   |                 |
|--------------------------------|---|-----------------|
| <b>Alimentación sostenible</b> | Consumo y alimentación sostenible: desperdicio alimentario.   | 209             |
| <b>Comercio justo</b>          | Comercio justo.   | 82              |
| <b>Educación financiera</b>    | Educación financiera: banca, seguros y finanzas.<br><br>Medios de pago y nuevas tecnologías.  | 99              |
|                                | Gestión de la economía doméstica personal y familiar.   |                 |
| <b>Consumo sostenible</b>      | Consumo sostenible de productos y servicios.<br><br>Uso sostenible de la energía: ahorro y eficiencia energética.<br><br>Minimización, separación y reciclaje de residuos: La fracción biorresiduo. | 40<br>71<br>162 |

En relación con las temáticas prioritarias mencionadas, el desglose de talleres por nivel educativo ha sido el siguiente:

**Consumo y alimentación sostenible:** se han impartido 209 talleres, distribuidos del siguiente modo: 20 en educación infantil, 170 en educación primaria y 19 en educación secundaria.

**Comercio justo:** se han realizado 82 talleres, de los cuales 49 se han dirigido a alumnado de educación primaria y 33 a educación secundaria.

**Educación financiera:** se han impartido un total de 99 talleres. De ellos, 7 han abordado contenidos relacionados con banca, seguros y finanzas, todos en educación secundaria. Además, se han realizado 76 talleres centrados en la gestión de la economía doméstica y familiar, 43 de ellos en educación primaria y 33 en educación secundaria. Por último, se han realizado 16 talleres sobre medios de pago y nuevas tecnologías, 10 en educación primaria y 6 en educación secundaria.

**Consumo responsable y sostenible:** se han celebrado 273 talleres sobre diversas temáticas, distribuidos del siguiente modo: 40 sobre consumo sostenible de productos y servicios; 71 sobre uso eficiente de la energía, ahorro y sostenibilidad energética, y 162 talleres sobre minimización, separación y reciclaje de residuos, centrados en la fracción biorresiduo.

Además, al igual que en el ejercicio anterior, en todos los talleres impartidos en secundaria, formación profesional y bachillerato —independientemente de su temática principal— se ha incorporado un **módulo específico sobre el impacto negativo de la venta ilegal y la comercialización de productos falsificados** en los derechos de las personas consumidoras.

Esta línea de trabajo se enmarca en las campañas municipales de sensibilización contra la venta ilegal y las falsificaciones, desarrolladas en colaboración con la Asociación Nacional para la Defensa de la Marca (ANDEMA) y en el marco del convenio suscrito con la Oficina Española de Patentes y Marcas (OEPM) y la Oficina de Propiedad Intelectual de la Unión Europea (EUIPO), dentro del programa europeo Autenticidades, al que se ha adherido el Ayuntamiento de Madrid.

Durante 2024, un total de 256 talleres han incluido este contenido, alcanzando a 5.487 participantes.

### **Yincanas de consumo**

Las yincanas de consumo son una actividad formativa especialmente dirigida a personas con discapacidad. Estas sesiones plantean una serie de pruebas prácticas que deben superar los participantes, todas ellas orientadas a **fomentar hábitos de consumo responsable** de productos y servicios.

El formato de la actividad, que combina elementos lúdicos, manipulativos y competitivos, favorece el aprendizaje a través de la experiencia directa. En el año 2024 se han incrementado este tipo de acciones: se han celebrado **6 yincanas**, con la participación de **82 personas**. La valoración media otorgada por las personas participantes ha sido de **4,95 sobre 5**, lo que refleja un alto nivel de satisfacción.

### **Supermercado itinerante**

Esta actividad, una de las más valoradas por su carácter eminentemente práctico e interactivo, consiste en la recreación física de un supermercado, permitiendo a los participantes simular situaciones reales de compra.

Durante el desarrollo de las sesiones se ha puesto el foco en la promoción del **comercio de proximidad**, el **producto de cercanía** y el **producto local**, incorporando además elementos

adaptables, como módulos con distintas alturas, para ajustarse a las necesidades específicas de los participantes.

La actividad está dirigida prioritariamente a personas con discapacidad y aborda cuestiones clave del proceso de compra como la planificación del presupuesto, la elaboración de la lista, el conocimiento de los distintos tipos de alimentos, el análisis del tique de caja o el procedimiento para interponer una reclamación.

En 2024 se han realizado **15 supermercados itinerantes**, con un total de **119 participantes**. La evaluación media otorgada por las personas asistentes ha sido de **4,88 puntos sobre 5**, confirmando su alta aceptación.

### Puntos informativos en centros de mayores

Esta acción se articula mediante la instalación de puntos informativos sobre consumo en centros municipales de personas mayores, donde, durante tres horas, personal técnico especializado atiende de forma directa las consultas planteadas por las personas usuarias. La selección de los centros participantes ha sido realizada por la dirección general competente en materia de protección a las personas mayores.

En el marco de esta actividad se ha distribuido la guía divulgativa “**Las personas mayores y el consumo**”, que aborda temas de especial interés para este colectivo, tales como: técnicas para comprar de forma segura, cómo presentar una reclamación, publicidad, etiquetado de productos, consumo sostenible, transporte, servicios bancarios, electricidad y compras a través de Internet, entre otros.



Durante 2024 se han repartido un total de **7.800 ejemplares** de la guía en los **39 centros de mayores** que han participado en esta iniciativa formativa.

A lo largo del año han participado 39 centros de mayores:

| DISTRITO              | CENTRO MAYORES              |
|-----------------------|-----------------------------|
| ARGANZUELA            | LUCA DE TENA                |
| BARAJAS               | TERESA DE CALCUTA           |
| CARABANCHEL           | FILIBERTO                   |
| CARABANCHEL           | SAN VICENTE DE PAÚL         |
| CARABANCHEL           | FRANCISCO DE GOYA           |
| CENTRO                | BENITO M. LOZANO            |
| CENTRO                | DOS AMIGOS                  |
| CHAMARTÍN             | NICOLÁS SALMERÓN            |
| CHAMARTÍN             | SEÑORITA HORTENSIA          |
| CHAMBERÍ              | ANTONIO MINGOTE             |
| CHAMBERÍ              | SANTA ENGRACIA              |
| CIUDAD LINEAL         | CARMEN LAFORET              |
| CIUDAD LINEAL         | LUIS VIVES                  |
| FUENCARRAL – EL PARDO | VAGUADA                     |
| FUENCARRAL – EL PARDO | GINZO DE LIMIA              |
| HORTALEZA             | NUESTRA SEÑORA DE LA MERCED |
| HORTALEZA             | NUESTRA SEÑORA DEL CARMEN   |
| LATINA                | CAMPAMENTO                  |
| LATINA                | CERRO BERMEJO               |
| MONCLOA - ARAVACA     | ARAVACA                     |
| MONCLOA - ARAVACA     | INFANTE DON JUAN            |
| MONCLOA - ARAVACA     | DEHESA DE LA VILLA          |
| MORATALAZ             | NICANOR BARROSO             |
| MORATALAZ             | ISAAC RABIN                 |
| PUENTE DE VALLECAS    | ALTO ARENAL                 |
| RETIRO                | PÉREZ GALDÓS                |
| RETIRO                | PÍO BAROJA                  |
| SALAMANCA             | LA GUINDALERA               |
| SAN BLAS - CANILLEJAS | CIUDAD PEGASO               |
| SAN BLAS - CANILLEJAS | ANTONIO MACHADO             |
| SAN BLAS - CANILLEJAS | CANILLEJAS                  |
| TETUÁN                | LEÑEROS                     |
| USERA                 | ORCASUR                     |
| VICálVARO             | DAROCA                      |
| VICálVARO             | EL ALMENDRO                 |
| VILLA VALLECAS        | SANTA EUGENIA               |
| VILLA VALLECAS        | VILLA VALLECAS              |
| VILLVERDE             | SAN LUCIANO                 |
| VILLVERDE             | EDUARDO MINGUITO            |

A las personas consumidoras atendidas en los puntos informativos se les invitó a completar una breve encuesta anónima, diseñada con una doble finalidad: por un lado, conocer con mayor precisión las cuestiones de consumo que generan mayor preocupación en el colectivo de personas mayores, y por otro, acercarles información práctica sobre cómo ejercer sus derechos como personas consumidoras.

En total, se recogieron **714 encuestas**, con una media aproximada de 34 por distrito. Los datos reflejan una **mayor participación de mujeres (62,88 %) frente a hombres (37,12 %)**. En general, la mayoría de las personas encuestadas manifestó haber tenido incidencias relacionadas con el consumo, principalmente en el sector servicios, y en otros como bienes y suministros.

Otros datos recogidos en estas encuestas evidencian la importancia de incidir en acciones formativas e informativas destinadas a este colectivo: el 62 % indicó no saber cómo presentar una reclamación y el 67 % declaró desconocer cómo solicitar información en materia de consumo.

La mayoría de las personas mayores encuestadas valoró de forma muy positiva que estas iniciativas se desarrollosen en los propios centros municipales de mayores, considerándolos espacios accesibles y adecuados para recibir esta información.

## Sesiones formativas para personas adultas

Estas sesiones, con una duración de dos horas, se imparten en centros municipales de formación de personas adultas y permiten exponer y debatir diversos aspectos básicos en materia de consumo. La selección de los contenidos se ha realizado en función de las necesidades e intereses de cada grupo, a partir de un amplio catálogo temático que ha incluido:

Derechos generales de las personas consumidoras

Sistema Arbitral de Consumo

Publicidad y medios de comunicación

Comercio justo

Educación financiera: banca, seguros y finanzas

Consumo sostenible de productos y servicios

Consumo y alimentación sostenible: desperdicio alimentario

Uso sostenible de la energía: ahorro y eficiencia energética

Minimización, separación y reciclaje de residuos (fracción biorresiduo)

Comercio electrónico

Medios de pago y nuevas tecnologías

Gestión de la economía doméstica: presupuesto personal y familiar

Salud y seguridad de los productos

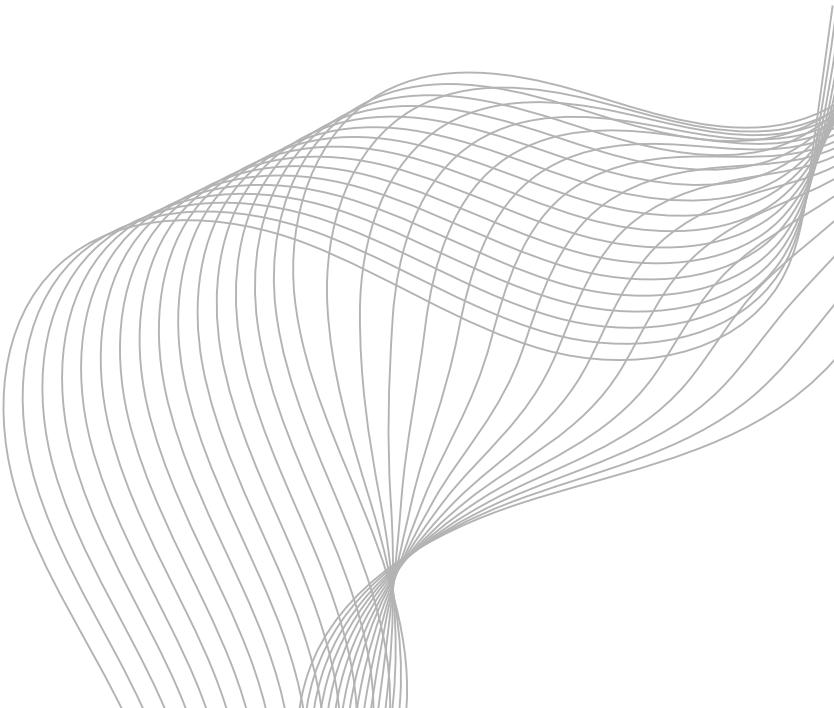
Suministros básicos: electricidad, agua y gas

Saber comprar

Ocio, juegos y juguetes

Durante 2024 se llevaron a cabo **72 sesiones formativas en 10 centros de formación de personas adultas** de la ciudad de Madrid, con un total de **1.017 participantes**. La temática más demandada fue “Saber comprar”, seguida de “Gestión de la economía doméstica” y , en tercer lugar ,“Uso sostenible de la energía: ahorro y eficiencia energética”.

La evaluación global de las sesiones impartidas ha sido muy positiva, con una **valoración media de 4,97 sobre 5**, lo que refleja el alto grado de satisfacción de las personas asistentes.



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

En el marco del Programa de formación 2024, se ha llevado a cabo, como es habitual, una [campaña informativa dirigida al comercio minorista](#), desarrollada mediante visitas presenciales a establecimientos ubicados en zonas seleccionadas de la ciudad.

Esta iniciativa tiene como finalidad reforzar la calidad del servicio ofrecido por los comercios madrileños, a través de la formación directa a los comerciantes en materia de derechos de las personas consumidoras.

Los objetivos específicos de esta campaña han sido los siguientes:

Informar sobre los [principales derechos de las personas consumidoras](#), con el fin de mejorar la atención prestada en el comercio local.

Recordar la obligatoriedad de disponer de [hojas de reclamaciones](#) y de exhibir en lugar visible el cartel informativo correspondiente.

Difundir el [Sistema Arbitral de Consumo](#), sus ventajas para comercios y personas consumidoras y facilitar la documentación necesaria para la adhesión voluntaria de los establecimientos a aquel.

Dar a conocer los [códigos de buenas prácticas sectoriales](#) y fomentar la incorporación de los comercios a estos códigos.

En el transcurso de cada visita, se hizo entrega al establecimiento comercial de una carpeta con documentación informativa que incluía materiales sobre los principales temas abordados en la campaña: derechos de las personas consumidoras, hojas de reclamaciones, Sistema Arbitral de Consumo y códigos de buenas prácticas sectoriales.

Además, todo el contenido incluido en la carpeta, junto con información complementaria, se puso a disposición de los comercios en la página web corporativa del Ayuntamiento de Madrid, a través de un espacio específico dedicado a esta campaña de visitas personalizadas. En dicho apartado web se puede acceder en formato digital a todos los materiales distribuidos en papel, como folletos, impresos y formularios.

Durante las visitas, el personal técnico encargado ofreció información verbal personalizada sobre estos temas y proporcionó la dirección web para facilitar el acceso a los recursos digitales.

En el marco del Programa de formación en consumo 2024, se realizaron **752 visitas personalizadas a establecimientos comerciales**. Como zonas de actuación fueron seleccionadas las de Sol, Preciados y Carmen, Mayor-Arenal, Moratalaz, Gran Vía-Conde Duque, Princesa-Argüelles y Azca-Castellana.

|   |     |
|---|-----|
| <b>Sol, Preciados y Carmen</b>            |     |
| Distrito Centro                           | 130 |
| <b>Mayor — Arenal</b>                     |     |
| Distrito Centro                           | 153 |
| <b>Moratalaz</b>                          |     |
| Distrito de Moratalaz                     | 152 |
| <b>Gran vía — Conde Duque</b>             |     |
| Distritos Centro y Chamberí               | 103 |
| <b>Princesa — Argüelles</b>               |     |
| Distritos de Moncloa - Aravaca y Chamberí | 91  |
| <b>Azca — Castellana</b>                  |     |
| Distritos de Chamartín y Tetuán           | 123 |

Los 752 establecimientos visitados disponían de hojas de reclamaciones y el 82 % exhibía el cartel informativo correspondiente, cumpliendo así con las obligaciones básicas en materia de atención a las personas consumidoras.

En relación con el Sistema Arbitral de Consumo, únicamente un 5 % de los comercios manifestó conocer en qué consiste, y solo un 4 % se encontraba ya adherido a este mecanismo. Por otro lado, el 60 % de los establecimientos visitados pertenecía a sectores que disponen de códigos de buenas prácticas sectoriales; de ellos, únicamente 16 establecimientos estaban adheridos al correspondiente código, habiéndose facilitado información específica al resto.

Estos datos reflejan un nivel aún limitado de conocimiento y participación en estos instrumentos voluntarios de mejora de la calidad comercial, lo que pone de manifiesto la conveniencia de reforzar las acciones de difusión y promoción del Sistema Arbitral de Consumo y los códigos de buenas prácticas.

## Programa de formación en colaboración con el Colegio Notarial de Madrid

En el ejercicio de la competencia municipal relativa al desarrollo de programas y actuaciones singulares de información y formación en materia de consumo, y en el marco de las iniciativas orientadas a mejorar el conocimiento de la ciudadanía en ámbitos como la [educación financiera](#) y la [gestión de la economía personal y familiar](#), se inició en 2022 una colaboración con el Colegio Notarial de Madrid, con el objetivo de acercar a la población el conocimiento experto de notarios y notarias en temas de interés general.

Esta colaboración tuvo continuidad en 2023 y 2024. Entre los meses de enero y mayo, y entre noviembre y diciembre, se organizó, en coordinación con el Colegio Notarial de Madrid, un [ciclo de siete jornadas abiertas al público](#), bajo el título “[Madrid te asesora](#)”. En estas sesiones, notarios y notarias especialistas abordaron diversas cuestiones de carácter civil y mercantil relacionadas con la vida económica personal y familiar.

Cada jornada constó de una conferencia seguida de un coloquio, en el que se resolvieron las dudas y propuestas formuladas por las personas asistentes.

Los temas tratados fueron los siguientes:

Instrumentos jurídicos para preservar la autonomía en la discapacidad.

Instrumentos jurídicos para preservar la seguridad patrimonial en la vejez.

La importancia del testamento: consejos prácticos, cláusulas especiales, desheredación y renuncia.

El gran paso: comprar una vivienda. Trámites, cargas y gastos, con y sin hipoteca.

Jurisdicción voluntaria y actuación notarial: matrimonio, divorcio, deudas, herencias, subastas...

¿Comprar una vivienda o alquilarla? Primeras y segundas viviendas, trámites, hipotecas, descalificaciones, cargas y gastos y líneas rojas.

La importancia de otorgar testamento: diferencias entre el testamento patrimonial y el testamento vital, consejos prácticos, cláusulas especiales, desheredación y renuncia.

La difusión de estas jornadas se realizó a través de la página web y redes sociales del Ayuntamiento de Madrid, la web institucional del Colegio Notarial de Madrid y la red interna municipal.

## Formación interna. Cursos específicos sobre consumo

En colaboración con la [Escuela Madrid Talento](#), se ha propuesto y coordinado la impartición de cursos específicos dirigidos al conjunto del personal municipal cuyo cometido tiene relación con los servicios que el Ayuntamiento de Madrid presta en materia de consumo.

Estas acciones formativas tienen como objetivo principal dotar al personal municipal de los conocimientos y herramientas técnicas necesarias para el desarrollo eficaz de sus funciones tanto en la atención directa a través de las OMIC como en el ámbito de la inspección y del arbitraje de consumo.

En 2024, debido a los cambios normativos producidos y su impacto en el sistema arbitral, se ha priorizado la formación en esta materia, programando dos cursos específicos: *Protección de los consumidores en la contratación de bienes y servicios no personalizados* y *El sistema arbitral de consumo*.

Además, se han coordinado otros cursos orientados a ampliar el conocimiento sobre aspectos clave como *Consumo sostenible y comercio justo; Tú eres consumidor: ¿conoces tus derechos cuando compras un producto o te prestan un servicio?*; *Competencias en reclamaciones de consumo; Criptoactivos y la identidad digital; Inspección en materia de consumo, levantamiento de actas, toma de muestras y propuesta de inicio de expedientes sancionadores*.

En este ejercicio ha cobrado especial relevancia la [formación en atención inclusiva](#), tras la modificación del texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias, aprobado por el Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre, operada por la Ley 4/2022, de 25 de febrero, de protección de los consumidores y usuarios frente a situaciones de vulnerabilidad social y económica, que introduce el concepto de *persona consumidora vulnerable*. En aplicación de esta normativa, se ha promovido la capacitación específica del personal de las OMIC y de las unidades distritales en el marco del Programa *Autism Friendly*, con la impartición de dos ediciones de un nuevo curso obligatorio sobre técnicas para mejorar la accesibilidad en la atención a personas dentro del espectro autista.

Asimismo, se han desarrollado acciones formativas de carácter generalista dirigidas a toda la plantilla municipal, con el propósito de mejorar el conocimiento individual de los derechos de las personas consumidoras y fomentar prácticas de consumo responsable.

Durante 2024, se han impartido un total de **11 ediciones** de cursos específicos, con **166 horas lectivas**, en las que han participado **250 personas**. Las evaluaciones realizadas por las personas asistentes reflejan un **alto grado de satisfacción**, con puntuaciones medias **superiores a 4 sobre 5** en todas las acciones formativas, lo que evidencia su calidad y utilidad en el ejercicio profesional.

| Título del curso  | Ediciones | Horas | Participantes |
|---|-----------|-------|---------------|
| Consumo sostenible y comercio justo   | 1         | 21    | 40            |
| Tú eres consumidor: ¿conoces tus derechos cuando compras un producto o te prestan un servicio?                                | 2         | 30    | 40            |
| Protección de los consumidores en la contratación de bienes y servicios no personalizados                                     | 1         | 15    | 20            |
| El Sistema Arbitral de Consumo  | 2         | 30    | 40            |
| Competencias en reclamaciones de consumo  | 1         | 15    | 20            |
| Criptoactivos y la identidad digital  | 1         | 21    | 20            |
| Inspección en materia de consumo, levantamiento de actas, toma de muestras y propuesta de inicio de expedientes sancionadores | 1         | 12    | 20            |
| Técnicas para mejorar la accesibilidad a personas dentro del espectro autista en puntos de atención a la ciudadanía           | 2         | 22    | 50            |

**5** | Línea de acción V

*Códigos de buenas prácticas*

Los códigos de buenas prácticas de consumo (CBP) son documentos dirigidos a sectores específicos de actividad económica que, además de recopilar la normativa aplicable, incorporan una serie de compromisos voluntarios que suponen una mejora cualitativa tanto para las empresas como para las personas consumidoras. Su finalidad es fomentar un comercio responsable y transparente que inspire confianza, proporcionando a las empresas un distintivo de calidad y compromiso.

Esta línea de actuación se desarrolla en colaboración con las organizaciones empresariales sectoriales, con el objetivo de difundir el marco normativo general y específico aplicable en materia de consumo, y potenciar el conocimiento de sus obligaciones por parte del tejido empresarial.

Una vez aprobado un CBP, se impulsa la adhesión voluntaria de los establecimientos, que les permite exhibir el distintivo “Buenas Prácticas” como muestra del compromiso adquirido. Cada CBP incluye un protocolo de autocontrol adaptado al sector y se revisa periódicamente para adecuarlo a la evolución normativa.

## Códigos de buenas prácticas en cifras en 2024

---

### 19 códigos sectoriales aprobados

#### 3 códigos actualizados

- Mudanzas y guardamuebles
- Reparación de electrodomésticos
- Cerrajería



#### 2 códigos editados

- Mudanzas y guardamuebles
- Restauración y ocio nocturno

#### 2 carteles actualizados y editados

- Mudanzas y guardamuebles
- Restauración y ocio nocturno

### 59 expedientes tramitados

### 1.989 empresas adheridas

## Revisión y actualización de CBP existentes

En 2024 se ha mantenido el programa de revisión y actualización de los CBP aprobados, tal y como establece la Ordenanza de Consumo de la Ciudad de Madrid, de 30 de marzo de 2011, que obliga a revisar cada CBP al menos cada cuatro años o cuando se produzcan cambios normativos sustanciales.

En el marco del programa de revisión y actualización de los códigos de buenas prácticas, y como respuesta necesaria a los cambios normativos registrados, durante 2024 se han revisado y actualizado tres CBP correspondientes a los siguientes sectores:

- Mudanzas y guardamuebles.
- Reparación de electrodomésticos.
- Cerrajería.

Asimismo, en relación con el CBP del sector de restauración y ocio nocturno, cabe destacar que, si bien su contenido normativo fue revisado durante el ejercicio anterior, a lo largo de 2024 se ha continuado con el proceso de consenso con las asociaciones empresariales más representativas del sector. Para ello se han mantenido diversas reuniones, con el fin de cerrar el contenido definitivo del documento antes de su edición.



Fruto de este trabajo, se han editado en el presente ejercicio los siguientes materiales:

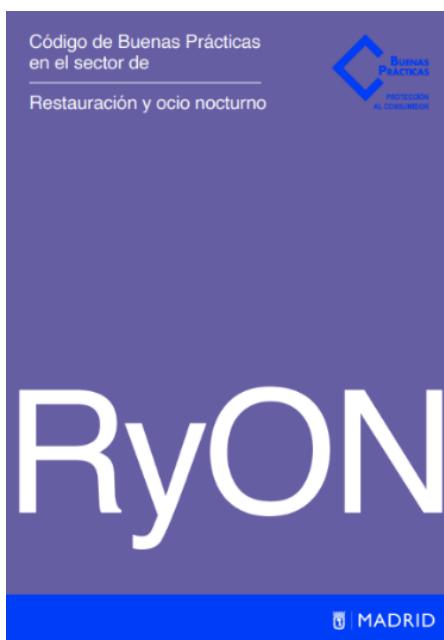
Código de buenas prácticas en el sector de restauración y ocio nocturno.

Código de buenas prácticas en el sector de mudanzas y guardamuebles.

Cartel informativo del CBP del sector de restauración y ocio nocturno.

Cartel informativo del CBP del sector de mudanzas y guardamuebles.

En todos los CBP editados durante 2024 se ha mantenido la nueva línea de diseño editorial iniciada el ejercicio anterior, con el objetivo de hacer los documentos más atractivos visualmente y facilitar su comprensión. Cada uno de ellos se ha presentado en doble formato: una versión digital, disponible para su consulta y descarga a través de la página web corporativa del Ayuntamiento de Madrid, y una versión impresa, destinada a su entrega directa a los empresarios del sector correspondiente, como material de apoyo y difusión.



De forma complementaria, como material de apoyo a los códigos de buenas prácticas actualizados, se han revisado y actualizado también los protocolos de autocontrol correspondientes a los sectores de mudanzas y guardamuebles y restauración y ocio nocturno, quedando pendiente su normalización y edición en versión electrónica e impresa para su posterior difusión.

## Establecimientos adheridos

La adhesión a los CBP es voluntaria e implica el cumplimiento tanto de la normativa sectorial como de los compromisos adicionales incluidos en el código, entre ellos la adhesión al Sistema Arbitral de Consumo como vía para la resolución extrajudicial de conflictos con la clientela. Al cierre de 2024 el número de establecimientos adheridos se mantiene en 1.989.

|  | Establecimientos<br>adheridos | Porcentaje* |
|--|-------------------------------|-------------|
| Sector del comercio textil                               | 406                           | 20,41 %     |
| Sector de talleres de reparación de automóviles          | 369                           | 18,55 %     |
| Sector de restauración y ocio nocturno                   | 293                           | 14,73 %     |
| Sector del comercio de calzado                           | 172                           | 8,65 %      |
| Sector de detallistas de la carne                        | 167                           | 8,40 %      |
| Sector de reparación de electrodomésticos                | 110                           | 5,53 %      |
| Sector de autoescuelas                                   | 93                            | 4,68 %      |
| Sector de tintorerías y lavanderías                      | 74                            | 3,72 %      |
| Sector del comercio de droguería, perfumería y cosmética | 54                            | 2,71 %      |
| Sector del comercio de juguetes                          | 41                            | 2,06 %      |
| Sector de electrodomésticos                              | 38                            | 1,91 %      |
| Sector de aves, huevos y caza                            | 36                            | 1,81 %      |
| Sector del comercio de muebles                           | 31                            | 1,56 %      |
| Sector de estaciones de servicio                         | 26                            | 1,31 %      |
| Sector del comercio de artículos de deporte              | 23                            | 1,16 %      |
| Sector de hoteles  | 23                            | 1,16 %      |
| Sector de cerrajería                                     | 13                            | 0,65 %      |
| Sector de hostales                                       | 10                            | 0,50 %      |
| Sector de mudanzas y guardamuebles                       | 10                            | 0,50 %      |

\* Sobre el total de establecimientos adheridos

## Plan de comunicación e implantación

---

Durante el año 2024 no se ha podido ejecutar la campaña de comunicación directa a empresas para fomentar las adhesiones al Sistema Arbitral de Consumo y a los códigos de buenas prácticas, como se realiza habitualmente, debido a que no llegó a formalizarse el convenio de colaboración previsto para dar cumplimiento al indicador presupuestario de 80 nuevas adhesiones.

No obstante, se ha mantenido la labor de promoción de los CBP mediante la depuración y análisis de los resultados obtenidos en la campaña de actualización de censos de empresas adheridas, desarrollada entre mayo y noviembre de 2023. Como resultado, en 2024 se han tramitado las resoluciones correspondientes a 59 empresas y comercios de distintos sectores, cuya situación de extinción ha requerido su baja del censo.

Además, se ha continuado con las campañas de sensibilización dirigidas a empresarios y comerciantes, distribuyendo el tríptico informativo sobre los códigos de buenas prácticas, junto a otros materiales de divulgación.

## Digitalización de expedientes

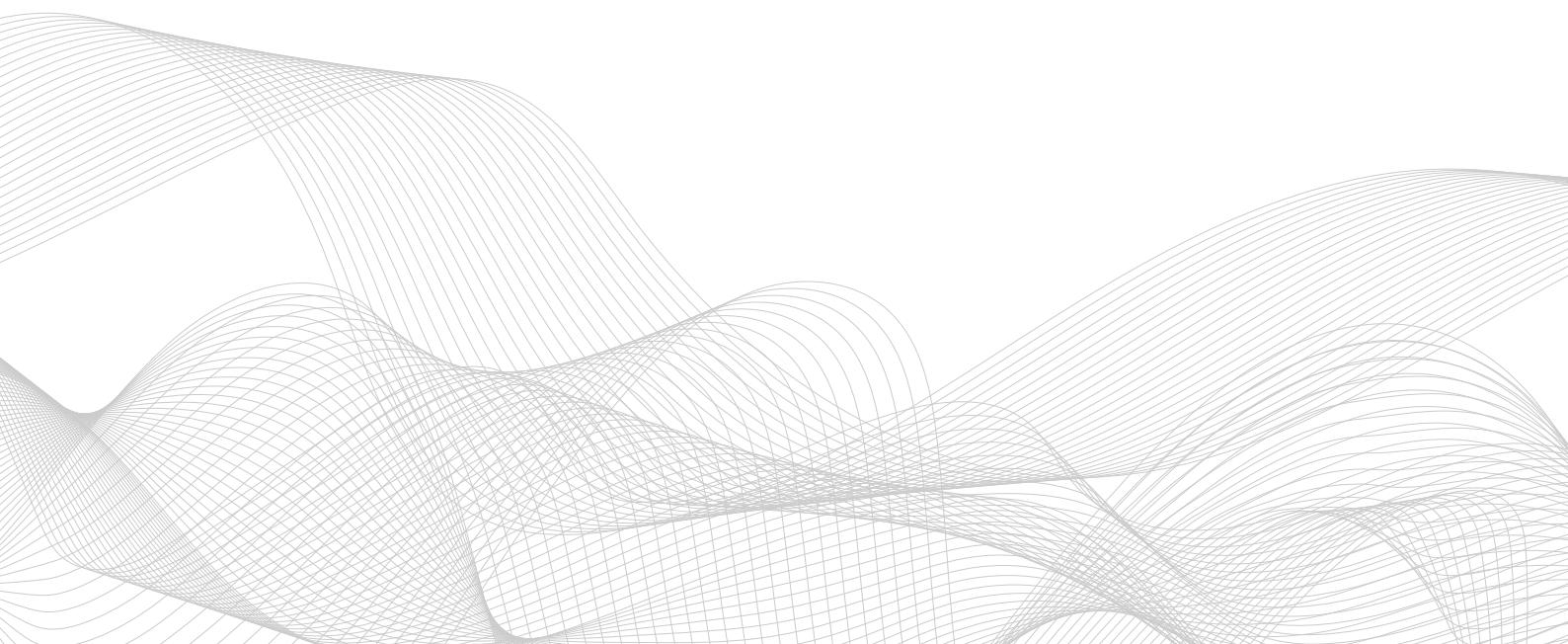
---

A lo largo de 2024 se han incorporado en la aplicación SIGSA los datos de 290 expedientes de adhesión y renovación a códigos de buenas prácticas correspondientes a los años 2021 y 2022. Esta labor forma parte del proceso de integración progresiva de la tramitación de estos expedientes en dicha herramienta informática, iniciado en marzo de 2023, lo que está permitiendo mejorar significativamente la agilidad y eficiencia en la gestión administrativa de este procedimiento.

**6**

**Línea de acción VI**

*Investigación y control de mercado*



Esta línea de actuación tiene como objetivo fundamental garantizar la confianza de la ciudadanía en que los productos y servicios disponibles en el mercado cumplen con las disposiciones establecidas en la normativa vigente en materia de protección de los derechos de las personas consumidoras.

A través de las actividades de control, estudio e investigación del mercado, los servicios municipales de consumo trabajan para prevenir, detectar y, en su caso, corregir posibles incumplimientos de la normativa general o sectorial aplicable a los distintos ámbitos de actividad económica.

## Programa de investigación

---

La Oficina Municipal de Investigación de Consumo desarrolla su actividad con el objetivo de reforzar la protección de los derechos y legítimos intereses económicos y sociales de las personas consumidoras en sus relaciones de consumo. Esta labor se realiza tanto mediante investigaciones de oficio como en respuesta a las denuncias y reclamaciones que las personas consumidoras presentan por diversas vías.

El Servicio de Inspección de Consumo, a través de la [Oficina Municipal de Investigación de Consumo \(OIC\)](#), ha gestionado en 2024 un total de [235 expedientes entre denuncias y reclamaciones formuladas por personas consumidoras](#). Estos expedientes fueron remitidos por el Servicio de Información al Consumidor, las Unidades de Consumo de los distritos, Policía Municipal y otras Administraciones públicas —como la Dirección General de Comercio, Consumo y Servicios de la Comunidad de Madrid—, así como la Administración General del Estado o incluso ayuntamientos de otros municipios de España. Presentaban [indicios de posibles incumplimientos normativos](#), lo que motivó la apertura de actuaciones inspectoras de investigación, conforme a la normativa aplicable en materia de consumo o en el ámbito de los espectáculos públicos y actividades recreativas.

Las actuaciones han dado lugar a distintas respuestas:

[Elaboración de informes motivados, con propuesta de incoación de procedimiento sancionador](#), cuando queda acreditado que la empresa objeto de la reclamación o denuncia incurrió en infracción. Esto supone el ejercicio de la potestad sancionadora, cuando existe prueba suficiente, con elevación de 38 propuestas de incoación del correspondiente procedimiento sancionador en el ejercicio 2024.

**Elaboración de informes motivados, con inhibición de competencia**, cuando el Instituto Municipal de Consumo no tiene competencia para investigar los hechos que dan origen a la reclamación o denuncia, ni para incoar el procedimiento sancionador correspondiente, ya sea por limitación de la materia o del territorio. En estos casos, los expedientes se han trasladado al órgano competente:

**Limitación por razón del territorio:** cuando las empresas o la persona interesada no están domiciliadas en el término municipal de Madrid, se trasladan a la Dirección General de Comercio, Consumo y Servicios de la Comunidad de Madrid. En el ejercicio 2024, se trasladaron, con el correspondiente informe motivado de inhibición, un total de 39 expedientes.

**Limitación por razón de la materia:** atendiendo a la correspondiente legislación sectorial, se trasladan expedientes de denuncias a los siguientes órganos competentes para resolver:

Dirección General de Turismo: las denuncias en materia de hostelería.

Agencia Española de Protección de Datos: las denuncias sobre vulneración de los derechos de protección de datos personales.

Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia: en supuestos de presuntas prácticas desleales y engañosas cometidas por empresas del sector energético.

Secretaría General para la Sociedad Digital: en los casos de presuntos incumplimientos de la Ley 34/2002, de 11 de julio, de servicios de la sociedad de la información y comercio electrónico, detectados en determinadas páginas web.

Juntas Arbitrales de Transporte de la Comunidad de Madrid.

Secretaría General de Inspección de las Telecomunicaciones e Infraestructuras Digitales (SITID).

## Elaboración de informes de traslado de denuncias y reclamaciones a otros órganos del Ayuntamiento de Madrid, cuando la competencia está atribuida a éstos.

Dirección General de la Edificación del Área de Gobierno de Urbanismo, Medio Ambiente y Movilidad: tal es el caso, por ejemplo, de las denuncias de superación del aforo máximo permitido en locales de ocio.

Coordinación del Distrito que corresponda, según la ubicación del local de ocio contra el que se dirija la reclamación o denuncia, por ejemplo, en supuestos de omisión de las condiciones de salubridad e higiene exigibles y, en general, del mal estado de conservación de los establecimientos o recintos.

Al Organismo Autónomo Madrid Salud.

La actuación inspectora llevada a cabo durante 2024 ha permitido identificar responsabilidad administrativa por presuntos incumplimientos normativos principalmente en los siguientes sectores: servicios a domicilio, comercialización de energía eléctrica y gas, comercio electrónico, telecomunicaciones y espectáculos públicos o actividades recreativas. En este último caso, muchas reclamaciones estaban relacionadas con cancelaciones de eventos o restricciones de acceso a personas con entrada válida y con la tenencia del libro u hojas de reclamaciones de los distintos locales.

Las actuaciones de control e inspección han abarcado tanto a empresas como a personas empresarias individuales.

Como en ejercicios anteriores, se ha constatado que, en un alto porcentaje de casos, la responsabilidad administrativa derivó no tanto de las prácticas desleales o ilegales en sí, sino de la falta de respuesta al requerimiento de la Administración o de la insuficiencia en la documentación aportada, con el consiguiente incumplimiento de la obligación de colaboración, al no suministrar los datos requeridos o facilitar las funciones de información, vigilancia o inspección.

Con el fin de **mejorar el procedimiento**, en 2024 se implantaron dos nuevas medidas en el marco de las actuaciones inspectoras:

La **remisión de un segundo requerimiento** de subsanación de las irregularidades detectadas en fase de inspección, en los casos en que el primero no ha sido atendido, como regla general. De esta manera la infracción por obstrucción a la inspección se imputa únicamente tras la falta de respuesta a dos comunicaciones.

La **recomendación de eliminación de cláusulas abusivas** detectadas en los contratos o condiciones generales de venta. En lugar de iniciar directamente un procedimiento sancionador, se ofrece a los operadores económicos la posibilidad de **subsanar voluntariamente** dichas cláusulas.

Por último, cabe destacar la **mejora en la agilidad de la tramitación de los procedimientos**, especialmente en lo relativo a la identificación temprana de la competencia administrativa. La detección, desde el momento de recepción de reclamaciones o denuncias, de aquellos asuntos que deben ser trasladados a otros órganos competentes permite ofrecer una respuesta rápida y eficaz a las personas consumidoras, evitando dilaciones innecesarias y reforzando la eficiencia del servicio.

## Actividades de inspección

---

La actividad inspectora desarrollada por el Ayuntamiento de Madrid se orienta a la **detección de posibles incumplimientos** por parte de los establecimientos comerciales y prestadores de servicios. El objetivo principal es garantizar el cumplimiento de la normativa vigente en materia de consumo, informando a los operadores económicos sobre las infracciones detectadas para que puedan ser corregidas voluntariamente. Para alcanzar estos fines, se llevan a cabo diversas líneas de actuación, entre las que destacan:

**Campañas de control programadas**, orientadas a sectores o prácticas concretas.

**Actuaciones comprobatorias** en respuesta a denuncias y reclamaciones formuladas por las personas consumidoras.

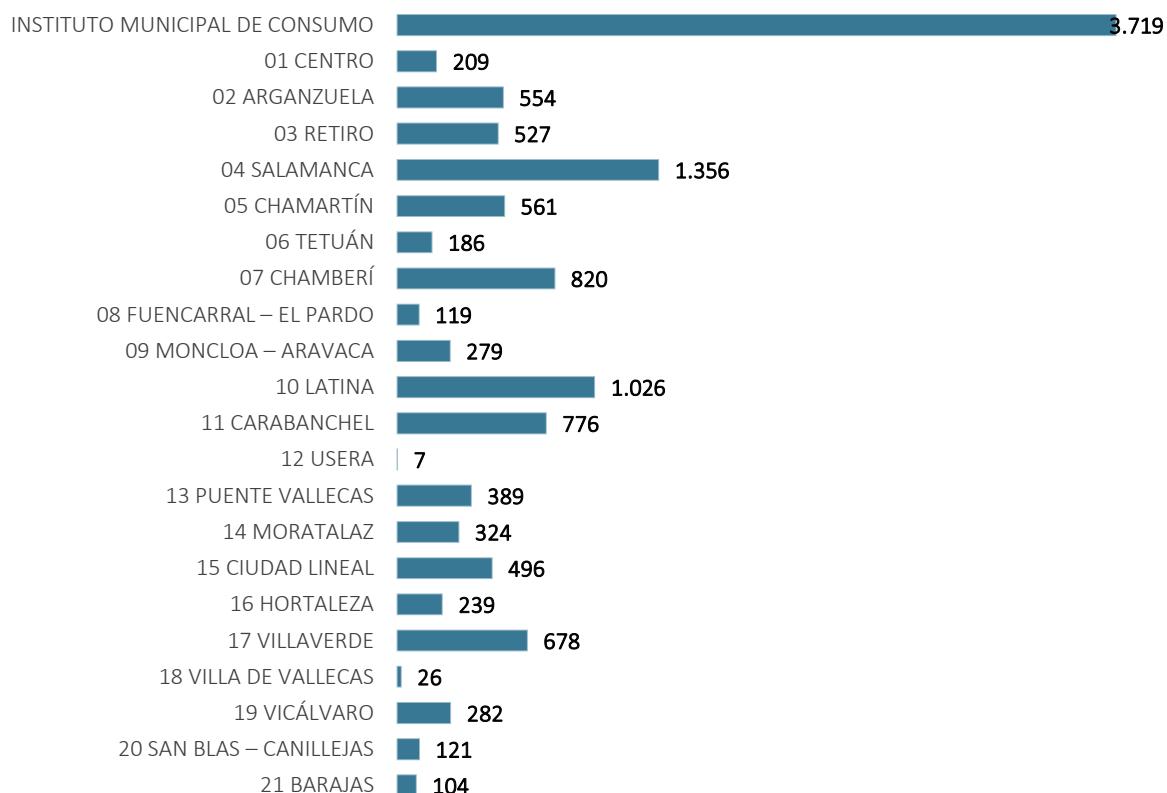
**Intervenciones en materia de seguridad de los productos**, en coordinación con las autoridades competentes.

**Toma de muestras de productos** comercializados, que son enviadas al laboratorio correspondiente con el fin de dictamine sobre su adecuación a la normativa aplicable.

Estas actividades tienen un carácter preventivo y corrector y refuerzan la protección de los derechos de las personas consumidoras mediante una supervisión continua del mercado.

|                                | <b>Inspecciones</b> | <b>Productos controlados</b> |                          | <b>Inspecciones</b> | <b>Productos controlados</b> |
|--------------------------------|---------------------|------------------------------|--------------------------|---------------------|------------------------------|
| Instituto Municipal de Consumo | 3.719               | 4.999                        | 11 Carabanchel           | 776                 | 1.270                        |
| 01 Centro                      | 209                 | 37                           | 12 Usera                 | 7                   | 0                            |
| 02 Arganzuela                  | 554                 | 88                           | 13 Puente Vallecas       | 389                 | 108                          |
| 03 Retiro                      | 527                 | 0                            | 14 Moratalaz             | 324                 | 140                          |
| 04 Salamanca                   | 1.356               | 725                          | 15 Ciudad Lineal         | 496                 | 73                           |
| 05 Chamartín                   | 561                 | 673                          | 16 Hortaleza             | 239                 | 105                          |
| 06 Tetuán                      | 186                 | 0                            | 17 Villaverde            | 678                 | 503                          |
| 07 Chamberí                    | 820                 | 264                          | 18 Villa de Vallecas     | 26                  | 14                           |
| 08 Fuencarral – El Pardo       | 119                 | 33                           | 19 Vicálvaro             | 282                 | 0                            |
| 09 Moncloa – Aravaca           | 279                 | 355                          | 20 San Blas – Canillejas | 121                 | 135                          |
| 10 Latina                      | 1.026               | 1.054                        | 21 Barajas               | 104                 | 71                           |

### Inspecciones realizadas



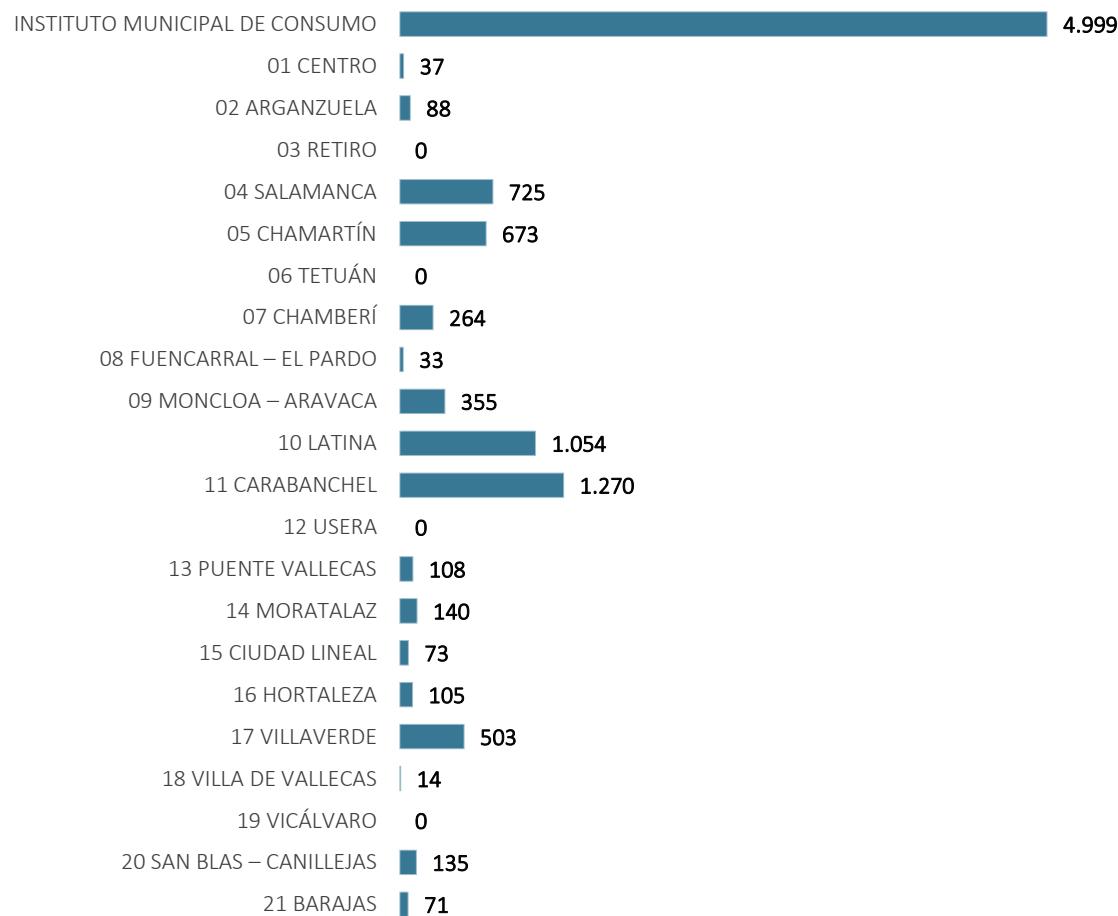
En 2024, los servicios de inspección de consumo del Ayuntamiento de Madrid llevaron a cabo un total de 12.798 inspecciones, de las cuales 3.719 fueron realizadas por el personal inspector adscrito al Área y 9.079 por los inspectores de consumo de las Unidades de Consumo de los 21 distritos municipales.

Se desarrollaron un total de **10 campañas de inspección**, en el marco de las cuales se realizaron **12.696 inspecciones**.

A estas se sumaron **102 actuaciones fuera de campaña**, alcanzando así un **total de 12.798 inspecciones a lo largo del ejercicio**.

En el transcurso de estas intervenciones se procedió al **control de 10.647 productos**.

### Productos controlados



En el ejercicio de la actividad inspectora, se levantaron **3.831 actas**, tanto en el contexto de campañas programadas como en actuaciones puntuales, reflejando el esfuerzo sostenido por garantizar el cumplimiento de la normativa vigente y la protección efectiva de los derechos de las personas consumidoras.

|   | Inspecciones | Productos controlados | Actas formalizadas |
|---|--------------|-----------------------|--------------------|
| <b>Campañas de inspección realizadas en colaboración entre el IMC y los distritos</b> |              |                       |                    |
| Toma de muestras  | 104          | 104                   | 104                |
| Seguridad de los productos  | 2.300        | 0                     | 688                |
| Control general de establecimientos   | 4.643        | 5.793                 | 1.733              |
| Promoción de ventas   | 1.670        | 0                     | NA*                |
| Venta por internet  | 241          | 0                     | 100                |
|   | <b>8.958</b> | <b>5.897</b>          | <b>2.625</b>       |

#### **Campañas de inspección realizadas por el IMC**

|                                  |            |              |            |
|----------------------------------|------------|--------------|------------|
| Etiquetado de juguetes           | 447        | 1.653        | 122        |
| Etiquetado de material eléctrico | 394        | 1443         | 120        |
|                                  | <b>841</b> | <b>3.096</b> | <b>242</b> |

#### **Campañas de inspección realizadas por los distritos**

|  |              |              |            |
|--|--------------|--------------|------------|
| Control venta ambulante y mercadillos                  | 915          | 1316         | 176        |
| Inmobiliarias  | 72           | 0            | 39         |
| Control de consumo en establecimientos de alimentación | 1910         | 0            | 727        |
|  | <b>2.897</b> | <b>1.316</b> | <b>942</b> |

#### **Otras actuaciones**

|                                      |            |            |           |
|--------------------------------------|------------|------------|-----------|
| Actuaciones de oficio no programadas | <b>102</b> | <b>338</b> | <b>22</b> |
|--------------------------------------|------------|------------|-----------|

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

## Actuaciones en materia de seguridad de los productos

El sistema de Red de Alerta se activa cuando se detecta que un artículo comercializado puede representar un riesgo grave para la salud o seguridad de las personas consumidoras. Se trata de un **sistema estatal de intercambio rápido de información (SIRI)** que permite comunicar, de forma urgente y coordinada, la existencia de productos peligrosos entre las distintas Administraciones y organismos competentes, con el fin de facilitar su localización y retirada del mercado.

|                                   |       |
|-----------------------------------|-------|
| Actuaciones totales               | 1.986 |
| Actas levantadas                  | 481   |
| Artículos retirados del mercado   | 2.397 |
| Alertas en las que se ha actuado  | 486   |
| Alertas con productos localizados | 199   |

En 2024, los servicios de inspección del Ayuntamiento de Madrid llevaron a cabo un total de **1.986 actuaciones** en el marco de la **Red de Alerta** para la detección de productos peligrosos, que dieron lugar a la **retirada del mercado de 2.397 artículos** que suponían un riesgo para la salud o seguridad de las personas consumidoras.

## Actuaciones sancionadoras y medidas preventivas

En las actas levantadas por el personal inspector en materia de consumo se recogen las irregularidades detectadas durante los controles, lo que constituye la base para la incoación de procedimientos sancionadores.

En el año 2024, el **Servicio de Inspección de Consumo** inició un total de **69 expedientes sancionadores**, con una cuantía total de multas impuestas de 423.512 euros.

Así mismo, se resolvieron 11 recursos potestativos de reposición ante sanciones impuestas, siendo desestimados el 81,8 % de ellos y estimados parcialmente el 18,2 %. En relación con las demandas presentadas por las empresas sancionadas, los juzgados de lo contencioso-administrativo dictaron sentencia a favor del Ayuntamiento de Madrid en el 100 % de los casos, confirmando que las sanciones se ajustaban a derecho.

Uno de los ejes fundamentales de la actuación de los servicios municipales de consumo es **fomentar el cumplimiento voluntario de la normativa** por parte de los diferentes sectores económicos que operan en la ciudad, promoviendo un ejercicio empresarial responsable y respetuoso con los derechos de las personas consumidoras. En esta línea, el Servicio de Inspección de Consumo ha mantenido en 2024 reuniones técnicas con asociaciones empresariales, entidades y organismos públicos, con el fin de reforzar la colaboración institucional y facilitar el cumplimiento normativo.

A finales de 2024, se iniciaron los trabajos para la **modificación de la Instrucción de Procedimiento Sancionador**, con el objetivo de adaptarla a la normativa vigente y mejorar su aplicación práctica. Como primer paso, se elaboró un borrador del nuevo texto, que fue remitido al Área de Coordinación Territorial con el fin de que diera traslado de aquel a las Unidades de Consumo de los Distritos para su revisión y para que formularan las observaciones y aportaciones que considerasen oportunas antes de su aprobación definitiva.

## Convenio de colaboración sobre control de la publicidad

---

Desde 2017, el Ayuntamiento de Madrid mantiene un convenio de colaboración con la Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial (AUTOCONTROL), cuyo objetivo es complementar las actuaciones municipales en materia de control de la publicidad engañosa, especialmente en lo relativo a la protección de los derechos de las personas consumidoras.

Este convenio se alinea con la promoción europea de sistemas de autorregulación como complemento a la intervención administrativa. AUTOCONTROL, entidad que desde 1996 gestiona el sistema de autorregulación publicitaria en España, colabora con el Ayuntamiento en el análisis y valoración de contenidos publicitarios.

AUTOCONTROL informa a los servicios municipales sobre diversas publicidades emitidas por empresas reclamadas que rechazaron su participación en el procedimiento de autorregulación y su sometimiento al Jurado de Autocontrol. Tras el análisis de estas comunicaciones comerciales, se han adoptado las actuaciones pertinentes: inspección, incoación de procedimientos sancionadores en los casos en que ha resultado procedente, traslado a otros organismos competentes por razón de materia o territorio o archivo del expediente cuando no se ha apreciado infracción en materia de consumo.

**7**

**Línea de acción VII**

*Participación, colaboración y coordinación*

Esta línea de actuación recoge las principales iniciativas desarrolladas a lo largo de 2024 en materia de participación, cooperación institucional y coordinación técnica para la protección de los derechos de las personas consumidoras. Destaca, en primer lugar, el trabajo conjunto llevado a cabo con las asociaciones de consumidores y las organizaciones empresariales a través de los diversos programas e instrumentos de colaboración establecidos. Estas acciones han contribuido al desarrollo de actividades de información, formación y al impulso del Sistema Arbitral de Consumo como vía extrajudicial de resolución de conflictos.

También se incluye en este ámbito la actividad desarrollada en el seno del Consejo Municipal de Consumo, órgano colegiado de participación sectorial que permite canalizar las aportaciones de los distintos agentes implicados y reforzar el enfoque participativo de las políticas municipales en materia de consumo.

Otro eje fundamental ha sido la coordinación técnica con las juntas municipales de distrito, esencial para garantizar una actuación coherente y homogénea en todo el territorio de la ciudad. Esta coordinación resulta especialmente relevante dado el ejercicio compartido de las competencias en las Oficinas Municipales de Información al Consumidor y en las tareas de inspección.

Asimismo, cabe subrayar la colaboración con otros servicios municipales, tanto en proyectos específicos impulsados desde esta Dirección General como en la participación en iniciativas lideradas por otras áreas de gobierno, integrando acciones de consumo en estrategias y planes municipales más amplios, con el objetivo de reforzar la protección y promoción de los derechos de la ciudadanía en sus relaciones de consumo.

Por último, durante el año 2024 se ha mantenido una estrecha colaboración con la Comunidad de Madrid en el ejercicio compartido de competencias en materia de consumo, especialmente en aquellos supuestos en los que, por razón del territorio o de la cuantía de la posible sanción, ha sido necesario inhibir actuaciones inspectoras o sancionadoras iniciadas por esta Dirección General. También en el ámbito del arbitraje de consumo se establece dicha relación a efectos del traslado de expedientes entre ambas juntas arbitrales, atendiendo a los criterios competenciales establecidos por la normativa vigente. Esta cooperación interadministrativa resulta clave para garantizar la eficacia del sistema de protección de las personas consumidoras y asegurar una respuesta coherente y eficaz a las demandas ciudadanas.

## Coordinación y colaboración administrativa

### Colaboración y coordinación con los distritos

En virtud del Acuerdo de 29 de junio de 2023, de la Junta de Gobierno de la Ciudad de Madrid, por el que se establece la organización y competencias del Área de Gobierno de Economía, Innovación y Hacienda, correspondía a la antigua Dirección General de Comercio, Hostelería y Consumo la competencia para fijar directrices y establecer criterios técnicos que garanticen una actuación homogénea en todo el municipio en materia de consumo tanto en lo relativo a la actividad inspectora como a la atención ciudadana prestada en las OMIC.

En este marco, durante el ejercicio 2024 se ha continuado impulsando la coordinación técnica con las Unidades de Consumo de los 21 distritos, mediante la emisión de criterios interpretativos, la celebración de reuniones de trabajo y el uso de canales de comunicación directa que permiten resolver dudas y promover una aplicación uniforme de la normativa de consumo. Esta labor de coordinación resulta imprescindible para avanzar en la cohesión del servicio público de protección a las personas consumidoras en la ciudad de Madrid.

### Actividad inspectora y de control del mercado

Durante 2024 se programó la totalidad de la actuación inspectora desarrollada por los servicios de inspección de consumo del Ayuntamiento de Madrid, incluyendo las campañas y protocolos de actuación. Con el fin de asegurar una planificación coordinada, se celebró una reunión con los representantes de las unidades de consumo de los 21 distritos, en la que se debatieron las materias que requerían una puesta en común para garantizar una actuación homogénea en todo el municipio.

Se definieron las campañas que debían desarrollar los distritos durante el año, que han abarcado ámbitos diversos y de interés para la ciudadanía:

Seguridad de los productos.

Control general de establecimientos.

Promociones de ventas; comercio electrónico.

Venta ambulante.

Inspección y control en inmobiliarias. Compraventa de segunda mano y alquiler.

Inspección y control de consumo en establecimientos de alimentación.

Cabe destacar la participación activa de los distritos de Vicálvaro, Centro, Chamartín, Chamberí, Barajas, Ciudad Lineal y Arganzuela en la campaña de seguridad de los productos, orientada a prevenir riesgos para la seguridad de las personas consumidoras mediante el control de artículos potencialmente peligrosos.

A lo largo del ejercicio se han mantenido, además, tres reuniones técnicas con los representantes de las unidades de consumo y de la división OMIC de los 21 distritos. Estas reuniones han servido como espacio de coordinación, intercambio de experiencias y resolución de dudas, incluyendo en sus órdenes del día aquellas materias que requerían una actuación común o una interpretación técnica uniforme tanto en el ámbito de la inspección como en el de la atención a la ciudadanía.

### **Mantenimiento del espacio AYRE/Distritos/Consumo**

Durante 2024 se ha mantenido y consolidado el uso del espacio habilitado en la intranet municipal AYRE, en su apartado específico de *Distritos/Consumo*, como canal permanente de comunicación y coordinación técnica con las unidades de consumo de los 21 distritos. Este espacio se ha consolidado como herramienta clave para facilitar el acceso compartido a documentos de referencia, con el objetivo de garantizar la homogeneidad en los criterios de actuación en materia de consumo.

A través de este entorno digital se han seguido difundiendo planes y programas de actuación, memorias de actividad, informes técnicos, instrucciones y procedimientos. Todo ello con el fin de dotar a los distritos de herramientas comunes y actualizadas que refuercen su labor técnica y administrativa.

Además, el foro de trabajo incluido en este espacio permite plantear consultas sobre criterios de actuación y formular propuestas de mejora en los protocolos de campaña. Las aportaciones recibidas han sido evaluadas por el Servicio de Inspección de Consumo y, en los casos pertinentes, incorporadas a los protocolos y documentos definitivos, favoreciendo así una mejora continua basada en la colaboración y la experiencia compartida.

## Distribución de documentación técnica de apoyo a los distritos

A lo largo de 2024 se ha mantenido de forma continuada la distribución de documentación técnica con el objetivo de proporcionar apoyo permanente a la labor desarrollada por las unidades de consumo de los distritos. Esta actividad resulta clave para asegurar una actuación coherente y actualizada, facilitando el acceso a información relevante en materia normativa, técnica y jurisprudencial.

En este marco, se han remitido periódicamente a los distritos las resoluciones judiciales dictadas en relación con los expedientes sancionadores iniciados tanto desde la Unidad de Procedimiento Sancionador del Servicio de Inspección de Consumo como por la Dirección General de Comercio, Consumo y Servicios de la Comunidad de Madrid, con el fin de reforzar la seguridad jurídica en las actuaciones que se desarrollan en este ámbito.

Asimismo, se ha continuado enviando la revista mensual de Autocontrol sobre publicidad y los boletines y comunicaciones recibidas a través de la Unidad de Apoyo a las Entidades Locales, así como los boletines mensuales de novedades de la Comunidad de Madrid.

Como complemento, se han elaborado y distribuido índices de las disposiciones normativas publicadas en los boletines oficiales (BOE, BOCM y DOUE), seleccionando aquellas con posible repercusión en materia de consumo, lo que permite a las unidades distritales contar con una visión actualizada y sistemática de la evolución legislativa en este ámbito.

## Integración con planes transversales, grupos de trabajo y proyectos europeos

Desde el Instituto Municipal de Consumo se mantiene una activa participación en distintos espacios de colaboración institucional, integrándose en planes, estrategias y proyectos promovidos por otras áreas del Ayuntamiento de Madrid o por entidades externas. Esta implicación permite reforzar el enfoque transversal de la protección de los derechos de las personas consumidoras, contribuyendo al desarrollo de políticas públicas más integradas y eficaces.

Durante el ejercicio 2024, esta Dirección General ha colaborado como vocal en órganos colegiados municipales, ha participado en mesas de trabajo interdepartamentales y ha intervenido como entidad asociada en consorcios vinculados a proyectos de ámbito europeo. Estas colaboraciones han posibilitado una mejor coordinación entre servicios y una adecuada integración de la perspectiva de consumo en iniciativas municipales de carácter más amplio.

Programa Operativo de Gobierno del Ayuntamiento de Madrid.

Estrategia de localización de los Objetivos del Desarrollo Sostenible.

Mesa de seguimiento del Pacto de Milán. Estrategia alimentaria.

Mesa Estrategia municipal de atención y prevención del trastorno adictivo del juego.

Colaboración en la Red “Autenticidad”.

Plan estratégico de accesibilidad de la ciudad de Madrid.

### **Programa Operativo de Gobierno (POG)**

En el marco del Programa Operativo de Gobierno (POG) correspondiente a la presente legislatura, se han asignado al Instituto Municipal de Consumo tres acciones específicas en materia de consumo. Estas iniciativas, que implican la participación de todos los servicios dependientes de esta Dirección General, se centran especialmente en la promoción del consumo responsable y en la educación financiera de la ciudadanía, dos ejes clave en la protección de los derechos de las personas consumidoras. Durante el año 2024 se han continuado los trabajos para la implementación de estas medidas.

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

En el marco de la Estrategia de localización de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) del Ayuntamiento de Madrid, aprobada por la Junta de Gobierno en marzo de 2021, el Instituto Municipal de Consumo contribuyó activamente a la definición e implementación de varias líneas estratégicas orientadas a la sostenibilidad y la equidad.

Fruto de esta participación, se integraron tres acciones específicas de competencia de esta Dirección General en dicha estrategia: **formación en materia de consumo sostenible**, elaboración de **información accesible para colectivos en situación de vulnerabilidad** y **fomento del comercio justo**. Estas actuaciones se encuentran alineadas con los ODS 4 “Educación de calidad” (meta M.4.3) y 12 “Producción y consumo responsables” (metas M.12.5 y M.12.6), y su ejecución contribuye al avance hacia una ciudad más justa, sostenible e inclusiva.

La estrategia municipal, interrelacionada con el Programa Operativo de Gobierno, constituye una hoja de ruta que impulsa la transformación estructural del modelo urbano, en línea con los compromisos adquiridos en el marco de la Agenda 2030.

## Estrategia alimentaria. Mesa de seguimiento del Pacto de Milán

En el ámbito de la Estrategia Alimentaria de Madrid, el Instituto Municipal de Consumo ha mantenido su implicación activa en las reuniones de la Mesa de seguimiento del Pacto de Milán, foro municipal desde el que se articulan las políticas alimentarias sostenibles de la ciudad. En el proceso de definición de la nueva estrategia, se incorporaron dos medidas específicas por desarrollar desde los servicios de consumo: la **promoción del comercio justo** como modelo de producción y distribución responsable y la **impartición de talleres escolares** en el marco de los programas anuales de formación en materia de alimentación sostenible y prevención del desperdicio alimentario.

Estas medidas figuran recogidas en el Plan de Acción 2022-2023 elaborado por la Mesa, bajo los títulos M 1.3.2 “Programas de educación y sensibilización en ASS con escolares” y M 1.3.4 “Sensibilización y promoción de alimentos del Comercio Justo”, previéndose su continuidad para 2024-2025 en el marco de la Estrategia de Alimentación Saludable y Sostenible de la ciudad de Madrid 2022-2025, contribuyendo así a los compromisos adoptados por Madrid en el marco internacional del Pacto de Política Alimentaria Urbana de Milán.

## Mesa para el desarrollo de la Estrategia municipal de atención y prevención de la adicción al juego (2020-2025) Opción Madrid.

El Instituto Municipal de Consumo viene participando en la Estrategia municipal de atención y prevención de la adicción al juego (2020-2025), conocida como Opción Madrid.

Desde su aprobación en marzo de 2022, esta estrategia contempla diversas medidas enmarcadas en los ejes estratégicos que afectan directamente al ámbito del consumo y cuya responsabilidad de ejecución recae en Instituto Municipal de Consumo. En concreto, se realiza el seguimiento de las siguientes acciones:

Acción 3.8. Incluir, dentro de los programas de atención personalizada a los consumidores que se realizan en la OMIC Central, información sobre la problemática del juego y sobre la posibilidad de exclusión voluntaria del acceso a las salas de juego.

Acción 6.6. Gestionar las reclamaciones y denuncias formuladas por las personas usuarias de las salas de juego para ejercer la vigilancia y control del cumplimiento de la normativa en materia de consumo.

Acción 7.4. Difundir contenidos desarrollados dentro del marco de la Estrategia municipal de prevención y atención a la adicción al juego a través de los canales de información (atención presencial en la OMIC, campañas informativas, información en web o en redes sociales).

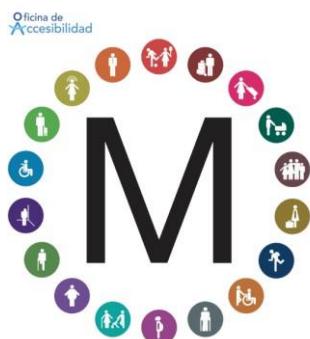
### Participación en la Red “Autenticidad”

El Instituto Municipal de Consumo continúa su implicación activa en la Red “Autenticidad”, iniciativa orientada a la sensibilización contra la venta ilegal y el consumo de productos falsificados. En el marco de esta colaboración, se desarrollan diversas acciones de concienciación ciudadana, centradas en el impacto económico, social y ético del comercio ilícito, dirigidas tanto a la población general como a públicos específicos, como la comunidad educativa.

Estas actuaciones se concretan en **campañas institucionales de sensibilización**, que se difunden a través de **mobiliario urbano y canales digitales y redes sociales**, incorporando mensajes claros y directos sobre los riesgos y consecuencias de adquirir productos falsificados o en canales no legales. Asimismo, esta temática se integra de forma habitual en el nuevo material divulgativo que se produce y se refuerza de forma periódica en los contenidos difundidos por los perfiles institucionales en redes sociales.

De forma destacada, durante el año 2024 se ha abordado la problemática de las falsificaciones en el ámbito educativo, incluyéndose contenidos específicos al respecto en todos los talleres dirigidos a estudiantes de secundaria, formación profesional y bachillerato, independientemente de la temática principal del taller. En total, se impartieron **256 talleres en los que participaron 5.487 alumnos y alumnas**, promoviendo así una conciencia crítica sobre el consumo responsable y legal desde edades tempranas.

### Plan estratégico de accesibilidad universal de la ciudad de Madrid (PEAUM)



Impulsado desde la Dirección General de Accesibilidad (en adelante, DGA), en 2022 comenzaron las reuniones para abordar la elaboración de un documento programático con el que se pretendía mejorar la adaptabilidad y adecuación de la estrategia de accesibilidad universal para la ciudad de Madrid.

A tal efecto, la DGA propuso la preparación de fichas técnicas en las que se recogieran actuaciones concretas, bien en desarrollo, bien de

nueva implementación, que promuevan y favorezcan la accesibilidad universal y que formarían parte del primer plan de acción derivado del plan estratégico.

El Plan Estratégico de Accesibilidad Universal para la ciudad de Madrid fue aprobado por la Junta de Gobierno de la Ciudad de Madrid en su sesión de 10 de noviembre de 2022. Sobre su base, y en la medida en que se ha hecho preciso ajustar alguna de sus previsiones, se ha contribuido a la reelaboración de las acciones que afectan a este centro directivo:

Difundir contenidos divulgativos accesibles sobre consumo en web corporativa y en RRSS.

Realizar acciones formativas destinadas a colectivos vulnerables: personas mayores y personas con discapacidad en los programas de formación en consumo.

### **Unidades de colaboración distrital (UDC)**

En 2024 se participó en las actuaciones desarrolladas por las Unidades de Colaboración Distrital en seis distritos de la ciudad: Chamartín, Hortaleza, Latina, Moncloa-Aravaca, Salamanca y Chamberí. Este proyecto tiene como finalidad mejorar la calidad de vida de los barrios y distritos favoreciendo la cohesión social y prestando especial atención a los colectivos más vulnerables.

En este marco, estos seis distritos se han unido expresamente a la campaña “Orgullosamente local”, a través de sus respectivas UDC.

### **Colaboración con la Dirección General de Comercio, Consumo y Servicios de la Comunidad de Madrid**

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

En el marco del convenio de colaboración suscrito el 16 de febrero de 2021 entre el Ayuntamiento de Madrid y la Comunidad de Madrid, se articula una cooperación interinstitucional orientada a garantizar una actuación coordinada y eficaz en materia de consumo. Este acuerdo establece un marco estable de colaboración que abarca todas las áreas de competencia de los servicios de consumo, permitiendo una mejor distribución de recursos, una atención más eficiente a la ciudadanía y una mayor coherencia en las actuaciones desarrolladas por ambas Administraciones.

Este convenio da continuidad a una colaboración estructurada en todos los ámbitos de actuación de los servicios de consumo y, entre las principales áreas de colaboración, cabe destacar:

La **realización coordinada de actividades de información y formación** dirigidas a las personas consumidoras, mediante el intercambio de materiales divulgativos y programas formativos conjuntos.

La **gestión coordinada de reclamaciones, solicitudes de información y denuncias**, conforme a los criterios de reparto establecidos en el propio convenio, que definen el órgano competente para la tramitación de cada expediente.

La **coordinación en materia de arbitraje de consumo**, con criterios comunes para la tramitación de solicitudes y de adhesión de empresas, así como la delimitación de los asuntos que compete resolver a cada Administración.

El establecimiento de **directrices comunes para las actuaciones inspectoras**, con intercambio de información relevante y resolución compartida de consultas técnicas, incluyendo el envío recíproco de resoluciones judiciales de interés.

La **colaboración en la formación del personal técnico**, permitiendo a los profesionales de los servicios municipales de consumo participar como alumnado en los cursos formativos presenciales o virtuales ofertados por la Dirección General de Comercio y Consumo de la Comunidad de Madrid.

Este marco de colaboración se ha consolidado como una herramienta fundamental para garantizar una atención coordinada, eficaz y homogénea a las personas consumidoras en la ciudad de Madrid, así como para reforzar la coherencia y calidad de las actuaciones de control del mercado y resolución de conflictos en el ámbito del consumo.

### **Participación en los órganos de consumo autonómicos**

El Ayuntamiento de Madrid, a través del Instituto Municipal de Consumo, forma parte del Consejo de Consumo de la Comunidad de Madrid y ostenta una vocalía en su comisión permanente. Durante el año 2024, se ha mantenido una participación activa, con la asistencia a un total de once reuniones de dicha comisión, en las que se ha contribuido al análisis y revisión de los distintos proyectos normativos sometidos a informe. Asimismo, se asistió a la sesión plenaria del Consejo celebrada el 15 de marzo de 2024, reafirmando el compromiso municipal con los cauces de participación institucional en el ámbito autonómico en materia de consumo.

## Participación ciudadana en consumo

### El Consejo Municipal de Consumo de la Ciudad de Madrid

Este consejo es el órgano colegiado sectorial que canaliza la participación en materia de consumo, a través de las organizaciones empresariales y de las asociaciones de consumidores y del resto de vocales que se integran su composición. Es un órgano de carácter consultivo que desarrolla funciones de informe, consulta y propuesta en relación con las competencias que el Ayuntamiento de Madrid ostenta en esta materia.

Cabe recordar que el Reglamento del Consejo Municipal de Consumo, de 26 de abril de 1996, constituyó el Consejo como órgano de consulta y cauce de la participación ciudadana en materia de consumo, a través de las organizaciones representativas de consumidores y de empresarios con implantación en el término municipal de Madrid. Este fue derogado por el Reglamento del Consejo Municipal de Consumo de 26 de septiembre de 2005.

Por su parte, la Ordenanza 9/2022, de 28 de junio, de Derogación Normativa y de Modificación del Régimen Jurídico de los Consejos Sectoriales, derogó el citado reglamento, aunque difirió la eficacia de dicha derogación al momento de la aprobación por la Junta de Gobierno de la Ciudad de Madrid de un acuerdo de creación del nuevo consejo sectorial o al 1 de abril de 2024, en caso de no realizarse dicha aprobación, según se indica en su disposición transitoria única.

A su vez, la Ordenanza 9/2022, de 28 de junio, modificó el capítulo I del título IV del Reglamento Orgánico de Participación Ciudadana del Ayuntamiento de Madrid, de 31 de mayo de 2004, en el que se regulan los consejos sectoriales en el Ayuntamiento de Madrid.

Mediante Acuerdo de 21 de diciembre de 2023, de la Junta de Gobierno de la Ciudad de Madrid, se aprobaron los modelos de acuerdo de creación de consejos sectoriales.

Por todo lo anterior, en el último tramo de 2023 se iniciaron los trabajos para la aprobación del Acuerdo de la Junta de Gobierno que habría de crear y regular el nuevo Consejo Sectorial de Consumo. Estos trabajos culminaron con la aprobación del Acuerdo de 12 de septiembre de 2024, de la Junta de Gobierno.

## Convenios

### **Programa de asesoramiento personalizado en la OMIC y Programa de información en espacios públicos**

Durante el año 2024 se ha mantenido la línea de colaboración establecida con las asociaciones de personas consumidoras integradas en el Consejo Municipal de Consumo, a través de la firma de la prórroga del convenio destinado a la ejecución del [Programa de asesoramiento personalizado a las personas consumidoras en la OMIC](#), con un total de siete convenios suscritos, uno con cada asociación participante.

Asimismo, han continuado en vigor los convenios bilaterales que permiten el desarrollo de los [Programas de información a los consumidores en espacios públicos](#), reforzando así la presencia y visibilidad de las entidades colaboradoras en distintos entornos de la ciudad.

Ambos instrumentos constituyen una herramienta eficaz para avanzar en dos líneas estratégicas de política pública: por un lado, la defensa de los derechos e intereses legítimos de las personas consumidoras, a través de su información, formación y educación; y por otro, el fomento y apoyo institucional a las organizaciones de personas consumidoras de ámbito local, como agentes esenciales para la articulación de una ciudadanía crítica, informada y protegida.

El [Programa de asesoramiento personalizado a las personas consumidoras en la OMIC](#) tiene como objetivo proporcionar orientación individualizada de carácter jurídico o económico, garantizando siempre los principios de gratuidad, confidencialidad e independencia. Esta atención se adapta a las circunstancias particulares de cada persona usuaria, dando cobertura a dos líneas principales de consulta:

Por un lado, se ofrece orientación jurídica en relación con los supuestos y controversias que las personas deseen plantear, siempre que estén vinculados a sus relaciones de consumo.

Por otro, se responde a consultas relacionadas con diversos aspectos que afectan a la economía familiar o personal, como la contratación de suministros, productos financieros (créditos, préstamos, seguros o planes de pensiones, entre otros), así como apoyo en la planificación de la economía doméstica y el ahorro.

Para la ejecución del programa, durante el ejercicio 2024, se ha prorrogado la vigencia de los siete convenios de colaboración existentes con asociaciones integrantes del Consejo Municipal de Consumo. Como consecuencia de ello, personal técnico, designado por las asociaciones, se

encarga de atender, con cita previa, las solicitudes de información y las consultas planteadas. La modalidad telefónica ha sido, un año más, la preferida por la ciudadanía.

El [Programa de información a los consumidores en espacios públicos: ejes comerciales y mercadillos ambulantes](#) acerca la información sobre consumo a los lugares donde la ciudadanía realiza sus compras cotidianas, con el objetivo de promover un mejor conocimiento de sus derechos y fomentar un consumo responsable e informado.

En 2024 se ha prorrogado la vigencia de los convenios suscritos con seis asociaciones de consumidores integrantes del Consejo Municipal de Consumo.

### **Convenios para el mantenimiento del sistema arbitral de consumo**

Durante 2024, se ha mantenido la vigencia de los [30 convenios de colaboración](#) suscritos para garantizar el funcionamiento del Sistema Arbitral de Consumo en el ámbito del Ayuntamiento de Madrid, suscritos con [15 asociaciones de consumidores](#) y [15 organizaciones empresariales](#). Asimismo, se han llevado a cabo las actuaciones necesarias para tramitar anticipadamente las 30 prórrogas correspondientes al ejercicio 2025.

Tal como se ha señalado previamente, a lo largo del ejercicio han participado en los colegios arbitrales de la Junta Arbitral de Consumo del Ayuntamiento de Madrid 15 asociaciones de consumidores y 7 organizaciones empresariales, de acuerdo con los convenios vigentes establecidos para tal fin.

En paralelo, se trató un nuevo [convenio de colaboración con la Universidad Nacional de Educación a Distancia \(UNED\)](#) destinado a facilitar la participación de personal docente e investigador en el Sistema Arbitral de Consumo del Ayuntamiento de Madrid, con el objetivo de contribuir a su correcto funcionamiento. No obstante, el convenio no llegó a formalizarse en 2024 y su firma quedó pospuesta para el año siguiente.

Con el propósito de ampliar esta línea de trabajo en el ámbito universitario, se ha ofrecido a otras universidades públicas con implantación en la Comunidad de Madrid —la Universidad Complutense de Madrid, la Universidad Autónoma de Madrid y la Universidad Carlos III— la posibilidad de colaborar con la Junta Arbitral de Consumo mediante la firma de los correspondientes convenios, reforzando así la adecuada gestión del Sistema Arbitral de Consumo en beneficio de la ciudadanía madrileña.

## **Convenio de colaboración entre el Ayuntamiento de Madrid y organizaciones de comercio justo de Madrid.**

Durante el año 2024, ha continuado vigente el convenio de colaboración suscrito en el ejercicio anterior entre el Ayuntamiento de Madrid y las organizaciones vinculadas al comercio justo: PROYDE, SETEM-MCM, IDEAS-Iniciativas de Economía Alternativa y Solidaria S. Coop. And., Fundación Comercio para el Desarrollo (COPADE), OXFAM-INTERMÓN y la Asociación del Sello de Productos de Comercio Justo Fairtrade Ibérica.

Este convenio, sin contenido económico, tiene por objeto establecer un marco de cooperación entre el Ayuntamiento de Madrid y las citadas entidades para impulsar el comercio justo en la ciudad. Sus objetivos se centran en fomentar el conocimiento de los valores del comercio justo entre la ciudadanía, participar en las actividades derivadas del programa de trabajo del Foro Municipal de Comercio Justo, favorecer la presencia y oferta de productos de comercio justo en los canales de distribución de la ciudad, así como avanzar en la incorporación progresiva de estos productos en la contratación pública municipal.

**8**

**Línea de acción VIII**  
*Fomento del consumo responsable*

La promoción del consumo responsable constituye uno de los ejes fundamentales de la política municipal en materia de consumo, orientado a impulsar un modelo de ciudadanía más consciente, crítica y comprometida con sus decisiones de compra. Bajo este enfoque, se desarrollan actuaciones encaminadas a fomentar hábitos de consumo sostenibles, informados, éticos y socialmente responsables, en línea con los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la Agenda 2030.

Desde el Instituto Municipal de Consumo se impulsan iniciativas de sensibilización y educación dirigidas a la ciudadanía, con especial atención a los colectivos más jóvenes, el entorno educativo y el tejido comercial de proximidad. Estas acciones se concretan mediante proyectos propios o a través de la colaboración con otros servicios municipales, organizaciones sociales y agentes implicados, con el objetivo común de fomentar una cultura de consumo responsable, informado y respetuoso con los derechos de las personas consumidoras.

En este contexto más amplio, el fomento del comercio justo ocupa un lugar destacado. La ciudad de Madrid mantiene desde 2011 el reconocimiento como “Ciudad por el Comercio Justo”, en el marco de la campaña internacional que agrupa a más de 2.000 municipios de todo el mundo comprometidos con este modelo de consumo solidario.

## Madrid, Ciudad por el Comercio Justo

---

Durante el ejercicio 2024, se aprobó el Acuerdo de 12 de septiembre de 2024, de la Junta de Gobierno de la Ciudad de Madrid, por el que se crea el Consejo Sectorial de Comercio y Hostelería. Este órgano tiene entre sus objetivos mantener la acreditación de Madrid como “Ciudad por el Comercio Justo”, mediante el cumplimiento de los criterios establecidos en el Programa Internacional de Ciudades por el Comercio Justo, así como impulsar el desarrollo del comercio justo y el comercio responsable mediante la canalización de iniciativas procedentes de las distintas áreas del gobierno municipal, de otras Administraciones públicas y de los agentes sociales.

Además, se ha dado continuidad a la labor de fomento del consumo responsable y del comercio justo, a través de una serie de acciones divulgativas, formativas y de sensibilización, llevadas a

cabo en colaboración con los agentes sociales implicados. En total, a lo largo de 2024 se han realizado nueve actuaciones destacadas en este ámbito.

En primer lugar, ha permanecido vigente el convenio de colaboración suscrito el año anterior entre el Ayuntamiento de Madrid y las organizaciones Proyde, Setem-MCM, Ideas, Copade, Oxfam Intermón y Fairtrade Ibérica. En virtud de este convenio, sin contenido económico, el 12 de noviembre de 2024 se celebró una reunión de seguimiento con dichas entidades, coordinada por la Subdirección General de Consumo, con el fin de evaluar las acciones realizadas durante el año y compartir propuestas para ejercicios futuros. Por otro lado, también ha seguido vigente el convenio firmado por COPADE que pretende promover el consumo responsable de productos forestales certificados con el sello FSC y de productos de comercio justo identificados con el sello Madera Justa y favorecer la participación de organizaciones sociales del municipio en iniciativas relacionadas con el comercio justo y el consumo responsable, dentro del marco de la plataforma Madera Justa. En el marco del Programa de formación en materia de consumo, se han impartido 82 talleres sobre comercio justo en centros educativos de la ciudad, promoviendo entre el alumnado los valores asociados a este modelo de consumo más ético y solidario. También se ha continuado la formación dirigida al personal municipal, con la celebración del curso “Consumo sostenible y comercio justo”, impartido en modalidad virtual del 5 al 19 de junio, con un total de 21 horas lectivas y 40 personas participantes. Adicionalmente, se han impartido 438 talleres sobre consumo sostenible, en distintos niveles del ciclo educativo: 30 sobre consumo sostenible de productos y servicios; 208 sobre consumo, alimentación sostenible y desperdicio alimentario; 55 sobre el uso sostenible de la energía, el ahorro y la eficiencia energética, y 145 sobre minimización, separación y reciclaje de residuos.

Como parte de las acciones de sensibilización directa a la ciudadanía, se ha distribuido el tríptico informativo “Madrid, una ciudad comprometida con el Comercio Justo” en ejes comerciales y mercadillos municipales, iniciando la campaña el 15 de marzo con motivo de la celebración del Día Mundial de los Derechos del Consumidor. Asimismo, se ha mantenido activa la ruta de comercio justo en la web “Todo está en Madrid”, que al cierre del año cuenta con más de 140 registros de establecimientos participantes.

En la web municipal se han seguido actualizando y difundiendo contenidos informativos sobre comercio justo, incluyendo los listados de establecimientos hosteleros y comercios minoristas que ofrecen estos productos en la ciudad, que alcanzan los 224 y 614, respectivamente.

Finalmente, se han llevado a cabo dos campañas de promoción del consumo sostenible bajo el lema “Orgullosamente cercano, fresco y humano”, basadas en la elección de productos de cercanía, frescos, de calidad, que contribuyen al bienestar colectivo y a la construcción de un entorno más equitativo. Con ocasión de la celebración del Día Mundial de los Derechos de los Consumidores, se instaló un punto de información en el Mercado de Ventas, proyectándose en las pantallas material digital tanto en ese mercado como en otros del municipio. Estas campañas han estado presentes en el mobiliario urbano de la ciudad: la primera, del 1 al 7 de abril en marquesinas, y la segunda, del 8 al 14 de abril en mupis distribuidos por distintas ubicaciones de Madrid.

9

## Línea de acción IX

*Transparencia y calidad en la actuación municipal*

Esta línea de acción recoge, por un lado, las actividades desarrolladas en materia de transparencia, en cumplimiento tanto de la Ordenanza de Transparencia de la ciudad de Madrid como de la Ley 19/2013, de 9 de diciembre, de transparencia, acceso a la información pública y buen gobierno. En este marco, se ha impulsado la publicación, a través del portal municipal [www.madrid.es/consumo](http://www.madrid.es/consumo) y en colaboración con otros servicios municipales, de una amplia variedad de documentos y materiales, en aplicación del principio de publicidad activa.

Por otro lado, se expone el compromiso con la mejora continua de la calidad de los servicios prestados a la ciudadanía, con especial atención a la Oficina Municipal de Información al Consumidor, que cuenta con una Carta de Servicios desde el año 2008. Esta carta, conforme al sistema implantado en el Ayuntamiento de Madrid, es evaluada anualmente a través de un conjunto de indicadores que permiten medir el grado de cumplimiento de los compromisos adquiridos. Cabe destacar que la Carta de Servicios de la OMIC fue certificada por AENOR en 2018.

## Actividades de transparencia y protección de datos

---

### Publicidad activa

En el marco de su compromiso con la transparencia en la gestión pública, se ha mantenido durante el ejercicio 2024 una política activa de difusión de información relacionada con las competencias del Ayuntamiento de Madrid en materia de consumo. A través del portal municipal [www.madrid.es/consumo](http://www.madrid.es/consumo), y en coordinación con los servicios municipales competentes, se han puesto a disposición de la ciudadanía una serie de documentos y recursos que contribuyen a garantizar el acceso público a la información.

Entre los contenidos publicados, destacan:

La **memoria anual de actuaciones** correspondiente a 2023.

El texto actualizado de la **Carta de Servicios de la OMIC** y la información asociada a su evaluación, incluyendo los resultados de las encuestas ciudadanas, su ficha técnica y metadatos, correspondiente a la actividad desarrollada en 2023.

Los **datos actualizados** de las oficinas de la **OMIC** Central y distritales en el portal de datos abiertos.

Publicaciones y **materiales divulgativos** sobre los derechos de las personas consumidoras.

Los listados actualizados trimestralmente de **empresas adheridas** tanto al **Sistema Arbitral de Consumo** como a los distintos **códigos de buenas prácticas sectoriales**.

Los 19 **códigos de buenas prácticas** sectoriales aprobados, junto con sus respectivos protocolos.

La nueva normativa reguladora del **Consejo Sectorial de Consumo de la Ciudad de Madrid**.

**Criterios interpretativos** en materia de consumo elaborados en respuesta a consultas de los distritos.

La relación de **campañas de inspección programadas** para su ejecución en 2024, junto con sus protocolos.

Los informes de **evaluación de las campañas de inspección** ejecutadas en 2023.

Los **informes trimestrales de inspecciones**.

## Derecho de acceso a la información

En el ejercicio del derecho de acceso a información pública de la ciudadanía, como unidad informante en el procedimiento de tramitación de este tipo de expedientes, se emiten informes que han servido de base para que la Secretaría General Técnica del Área de Gobierno resuelva las solicitudes de acceso formuladas. A lo largo de 2024 se recibieron dos solicitudes.

## Portal de datos abiertos

El Portal de Datos Abiertos del Ayuntamiento de Madrid hace posible compartir información de la que dispone como Administración pública, de forma abierta, regular y utilizable. Desde marzo de 2014 se encuentran disponibles como datos abiertos en los formatos CSV, GEO, RDF, XML las ubicaciones, horarios, datos de contacto de la Junta Arbitral de Consumo, de las 22 oficinas de la OMIC del Ayuntamiento de Madrid, con información georreferenciada, así como el listado de las empresas adheridas al Sistema Arbitral de Consumo y a los CBP, información que se mantiene

actualizada, mediante la revisión de los contenidos del espacio dedicado a consumo en la página web corporativa.

Otro de los conjuntos de datos publicados en el portal de datos abiertos del Ayuntamiento de Madrid es el relativo a las “Inspecciones de Consumo”. Esta información, ajustada a lo previsto en el artículo 17 de la Ordenanza de Transparencia de la Ciudad de Madrid, incluye las inspecciones realizadas tanto por el Servicio de Inspección de Consumo como por las unidades de los distritos en los establecimientos ubicados en el término municipal. Los datos recogen de forma detallada la fecha en la que se realizó la inspección, la dirección completa del establecimiento, la actividad desarrollada y la materia objeto de control, advirtiéndose de manera explícita que la realización de una inspección no implica necesariamente la existencia de una infracción. La información se actualiza con carácter trimestral y ya se encuentra publicada la correspondiente al ejercicio 2024, extraída de la aplicación informática SIGSA, herramienta utilizada para la gestión integral de la actividad inspectora en materia de consumo.

## Protección de datos personales

Se mantiene adaptada la actuación a lo establecido por el Reglamento (UE) 2016/679 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 27 de abril de 2016, relativo a la protección de las personas físicas en lo que respecta al tratamiento de datos personales y a la libre circulación de estos datos, que entró en vigor en mayo de 2018.

Durante 2023 se han mantenido inalteradas las seis actividades de tratamiento de responsabilidad del actual Instituto Municipal de Consumo.

Información y asistencia a las personas consumidoras. Información y asistencia a las personas consumidoras en sus reclamaciones, denuncias y consultas de consumo. Realización de encuestas de satisfacción a dichas personas consumidoras.

Venta y reventa callejera o ambulante de entradas o abonos, relativo al ejercicio de la potestad sancionadora que compete al Ayuntamiento de Madrid en relación con la venta y reventa callejera o ambulante de entradas, localidades o abonos.

Interesados en expedientes arbitraje consumo, relativo al tratamiento integral de los datos de todas las personas interesadas en los expedientes de arbitraje de consumo.

Adhesión de personas empresarias a códigos de buenas prácticas, relativo al ejercicio de la potestad de control de bienes y servicios que corresponde al Ayuntamiento de Madrid para promover el desarrollo de CBP empresariales.

Comunicación de datos personales en el ejercicio de funciones públicas, relativo al cumplimiento de funciones públicas que requieran la comunicación de datos personales a empresas adjudicatarias de servicios contratados por esta Dirección General.

Inspecciones de consumo no alimentario, relativo al acceso a datos de carácter personal en el ejercicio de funciones inspectoras; qué personas atienden al personal inspector en dichas labores.

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

Además de lo anterior se ha dado de alta un nuevo tratamiento, “promoción del consumo responsable”, cuyos fines son el desarrollo de actividades para el fomento y dinamización del consumo responsable en el municipio de Madrid: campañas, actuaciones de promoción, convocatoria de premios, concursos, actividades lúdicas y educativas, actividades informativas y formativas, concesión de ayudas y subvenciones, etc.

## Carta de servicios de la OMIC

---

La Carta de Servicios de la Oficina Municipal de Información al Consumidor (OMIC) fue aprobada por Acuerdo de la Junta de Gobierno de la Ciudad de Madrid con fecha 8 de junio de 2008. Desde entonces, ha sido objeto de evaluaciones anuales que han permitido revisar, actualizar y ampliar los compromisos adquiridos, reflejando así una firme voluntad institucional de avanzar en la mejora continua del servicio prestado a la ciudadanía.

Con cada evaluación se han reformulado y ajustado los indicadores utilizados para valorar el cumplimiento de dichos compromisos, adaptándolos a las nuevas realidades y necesidades detectadas. En febrero de 2024 se llevó a cabo la duodécima evaluación anual, con objeto de analizar el grado de cumplimiento correspondiente al ejercicio 2023, tomando como referencia los resultados obtenidos en los 20 indicadores que miden el desempeño de los 9 compromisos establecidos en la Carta de Servicios. La siguiente tabla recoge estos resultados de manera detallada.

| <b>Indicador</b>   | <b>Meta</b> | <b>Resultado 2023</b> |
|--|-------------|-----------------------|
| COMPROMISO 1. Indicador 1. Porcentaje de personas usuarias satisfechas con la información y orientación recibidas  | 80 %        | 86,04 %               |
| COMPROMISO 1. Indicador 2. Valoración media de preparación del personal para su trabajo  | 8           | 8,50                  |
| COMPROMISO 2. Indicador 3. Valoración amabilidad y cortesía del personal que lo ha atendido  | 8           | 8,93                  |
| COMPROMISO 2. Indicador 4. Valoración claridad y comprensibilidad de información recibida  | 8           | 8,85                  |
| COMPROMISO 2. Indicador 5. Porcentaje de personas usuarias satisfechas con el trato recibido   | 80 %        | 91,49 %               |
| COMPROMISO 3. Indicador 6. Porcentaje de citas previas que se ofrecen con una demora igual o menor de 10 días naturales                                    | 75 %        | 84,45 %               |
| COMPROMISO 3. Indicador 7. Porcentaje de citas previas en OMIC ofrecidas en un plazo de 20 días naturales, salvo petición expresa de un plazo superior     | 95 % -100 % | 96,80 %               |
| COMPROMISO 4. Indicador 8. Porcentaje de consultas atendidas por correo electrónico en la OMIC Central en un plazo no superior a 5 días naturales.         | 80 %        | 100 %                 |
| COMPROMISO 4. Indicador 9. Porcentaje de consultas atendidas por correo electrónico en la OMIC Central en un plazo no superior a 10 días naturales         | 100 %       | 100 %                 |
| COMPROMISO 5. Indicador 10. Porcentaje de reclamaciones que son tramitadas en la OMIC en un plazo máximo de 2 meses  | 80 %        | 80 %                  |
| COMPROMISO 5. Indicador 11. Porcentaje reclamaciones tramitadas en plazo máximo 6 meses  | 95 % -100 % | 95,40 %               |
| COMPROMISO 6. Indicador 12. Porcentaje de mediaciones positivas para la persona consumidora en las que la OMIC municipal ha realizado labores de mediación | 45 %        | 55,90 %               |
| COMPROMISO 6. Indicador 13. Porcentaje de reclamaciones sin resultado positivo informadas de posibles vías para su resolución                              | 95 % -100 % | 100 %                 |

|  |       |       |
|--|-------|-------|
| COMPROBANDO 7. Indicador 14. Quejas o reclamaciones recibidas al año en relación con una información no actualizada sobre la OMIC en la página web (indicador informativo) | -     | 1     |
| COMPROBANDO 7. Indicador 15. Actualizaciones realizadas en la página Web de la OMIC  | 150   | 205   |
| COMPROBANDO 8. Indicador 16. Porcentaje de hojas de reclamación y carteles que se facilitan al empresariado en el momento de su solicitud                                  | 90 %  | 100 % |
| COMPROBANDO 8. Indicador 17. Porcentaje de carteles de tenencia de hojas de reclamaciones que se distribuyen en menos de 20 días desde su solicitud                        | 100 % | 100 % |
| COMPROBANDO 9. Indicador 18. Sugerencias, reclamaciones y felicitaciones relativas a los servicios prestados por la OMIC (indicador informativo)                           | -     | 18    |
| COMPROBANDO 9. Indicador 19. Porcentaje de sugerencias, reclamaciones y felicitaciones relativas a los servicios prestados por la OMIC contestadas como máximo en 30 días  | 60 %  | 100 % |
| COMPROBANDO 9. Indicador 20. Porcentaje de sugerencias, reclamaciones y felicitaciones relativas a los servicios prestados por la OMIC contestadas en menos de 2 meses     | 100 % | 100 % |

En relación con los resultados obtenidos en la evaluación de los indicadores vinculados a la Carta de Servicios de la OMIC, correspondientes al ejercicio 2023, destacan nuevamente los elevados niveles de satisfacción expresados por las personas usuarias, recogidos a través de 3.400 encuestas telefónicas distribuidas de forma proporcional en las oficinas centrales y distritales.

En términos globales, el **86,04 % de las personas encuestadas** se mostraron **satisfechas con la información y orientación recibidas**, superando ampliamente el objetivo del 80 % fijado en la Carta de Servicios. Esta percepción se ve reforzada por una valoración media de **8,50 puntos** (sobre una escala de 0 a 10) en cuanto a la **preparación técnica del personal que presta el servicio**.

Igualmente, el 91,49 % estaban satisfechas o muy satisfechas con el **trato recibido** por parte del personal de la OMIC, con una puntuación media de **8,93 en amabilidad y cortesía, y de 8,85 en claridad y facilidad del lenguaje utilizado**. En conjunto, un 93,05 % de las personas usuarias valoraron positivamente la atención recibida, consolidando la imagen de profesionalidad y cercanía que caracteriza al servicio.

Cabe señalar que el compromiso específico relativo a la atención de consultas a través del correo electrónico, establecido durante la pandemia, sigue siendo muy bien valorado, tanto por su rapidez como por su accesibilidad.

Estos resultados no solo avalan el cumplimiento de los compromisos adquiridos en la Carta de Servicios, sino que consolidan el compromiso de mejora continua por parte del Instituto Municipal de Consumo, manteniendo unos estándares de calidad elevados y sostenidos en el tiempo.

Por último, destaca el indicador que mide la eficacia del servicio de mediación, al constatarse que el **55,90 % de las mediaciones** gestionadas por la OMIC en 2023 concluyeron **con un resultado favorable para la persona consumidora**, lo que pone en valor el papel que desempeña este mecanismo gratuito de resolución de conflictos como herramienta útil y accesible para la ciudadanía.



La Carta de Servicios de la OMIC ha obtenido el certificado por parte de la empresa certificadora ICDQ, en reconocimiento y evidencia de la conformidad de su carta de servicios con la norma UNE 93200:2008, que fue revalidado a finales de 2021.

Tanto el texto actualizado de la Carta de Servicios de la OMIC como los resultados de las evaluaciones anuales a las que está sujeta se encuentran disponibles para su consulta en el portal de transparencia del Ayuntamiento de Madrid. Esta publicación incluye también los resultados completos de las encuestas ciudadanas realizadas, junto con la ficha técnica, el cuestionario utilizado y los microdatos. De esta manera, se garantiza el acceso público a la información, en cumplimiento de los principios de transparencia y mejora continua de la calidad de los servicios municipales.

**10**

**Línea de acción X**

*Actividad administrativa y ejecución presupuestaria*

## Otras actuaciones administrativas

### Sistema de Sugerencias y Reclamaciones (SyR)

Como instrumento orientado a fomentar la mejora continua de los servicios públicos y a detectar posibles áreas de optimización, el Sistema de Sugerencias y Reclamaciones (SyR) ha tramitado, durante el ejercicio 2024, un total de 12 actuaciones vinculadas al ámbito del Instituto Municipal de Consumo. Cabe señalar que algunas de las solicitudes recibidas no guardaban relación con el objeto del canal o estaban dirigidas a unidades administrativas ajena a esta Dirección General, por lo que fueron correctamente reasignadas a los servicios competentes.

En lo que respecta específicamente a las competencias en materia de consumo, el número de reclamaciones y sugerencias gestionadas en 2024 ha sido inferior al de ejercicios anteriores y muy reducido si se pone en relación con el volumen total de expedientes tramitados y el elevado número de personas consumidoras atendidas. Esta baja incidencia refuerza la percepción general de buen funcionamiento y alto nivel de satisfacción de la ciudadanía con los servicios prestados.

Entre las actuaciones gestionadas a través de este sistema, cabe destacar las siguientes:

3 sugerencias/reclamaciones por quejas en la atención telefónica con cita previa en la OMIC.

2 sugerencias/reclamaciones por no poder acceder a las comunicaciones electrónicas de expedientes de la Junta Arbitral de Consumo.

1 sugerencia/reclamación para obtener información de un expediente de la Junta Arbitral de Consumo.

1 sugerencia/reclamación para solicitar información de un expediente de OMIC.

1 sugerencia/reclamación para aumentar la información de la web.

1 sugerencia/reclamación donde aporta documentación de un expediente que se está tramitando en la OMIC.

1 sugerencia/reclamación por no poder acceder a las comunicaciones electrónicas de un expediente de la OMIC.

1 sugerencia/reclamación por demora en la tramitación de un expediente tratado en la OMIC.

1 sugerencia/reclamación en el que por un canal incorrecto quiere poner una reclamación de consumo en la OMIC.

Asimismo, y en cumplimiento de las instrucciones de la Dirección General de Transparencia y Calidad, se elaboró el Informe anual de sugerencias, reclamaciones y felicitaciones correspondientes al ejercicio 2024, con el objetivo de identificar oportunidades de mejora en los servicios prestados y establecer medidas correctoras o de refuerzo.

## **Memoria de actividades remitida a otras Administraciones**

En cumplimiento de lo establecido en el artículo 76.3 del Reglamento de la Ley 11/1998, de 9 de julio, de Protección de los Consumidores de la Comunidad de Madrid, y a instancias de la Administración autonómica, se elaboró durante el primer trimestre del año la memoria de actividades realizadas en 2023, que fue remitida a la Dirección General competente en materia de consumo en la Comunidad de Madrid.

## **Colaboración con el Defensor del Pueblo**

En el marco del principio de colaboración entre Administraciones, en 2024 se ha emitido informe sobre siete expedientes tramitados por el Defensor del Pueblo a raíz de quejas presentadas por la ciudadanía. Esta colaboración permite mejorar la calidad de los servicios públicos mediante la revisión externa de las actuaciones administrativas y la atención directa a las preocupaciones ciudadanas.

## Ejecución presupuestaria

En el ejercicio 2024, el programa 493.00 "Consumo" contó con un crédito definitivo de 5.023.859 euros, de los cuales 525.158 euros corresponden a gasto corriente de capítulo 2 y 4.498.701 a gastos de personal, capítulo 1.

Se han reconocido obligaciones por importe de 4.371.465 euros, de las cuales 3.921.954,40 euros corresponden al capítulo 1, lo que supone un grado de ejecución del 87,18 por ciento, y 449.510,55 euros al capítulo 2, lo que supone un grado de ejecución del 85,60 por ciento en este capítulo. El grado de ejecución total del programa ha sido del 87,01 por ciento.

### Programa presupuestario/ aplicación presupuestaria: 493 00 CONSUMO

|                                |   | Crédito definitivo | Crédito disponible | Crédito autorizado | Obligaciones reconocidas | Ejecución (%) |
|--------------------------------|---|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------------|---------------|
| CAPÍTULO 1. Gastos de personal |   | 4.498.701,00       | 576.746,60         | 3.921.954,40       | 3.921.954,40             | 87,18         |
| CAPÍTULO 2. Gasto corriente    |   | 525.158,00         | 35.617,37          | 484.895,71         | 449.510,55               | 85,60         |
| 22001                          | PRENSA, REVISTAS, LIBROS Y OTRAS PUBLICACIONES      | 800,00             | 75,69              | 724,31             | 724,31                   | 90,54         |
| 22107                          | IMPRESOS Y FORMULARIOS                              | 4.500,00           | 2.228,83           | 2.271,17           | 2.271,17                 | 50,47         |
| 22199                          | OTROS SUMINISTROS                                   | 10.000,00          | 852,40             | 9.147,60           | 9.147,60                 | 91,48         |
| 22602                          | PUBLICIDAD Y PROPAGANDA                             | 151.130,00         | 2.046,01           | 149.083,99         | 143.706,13               | 95,09         |
| 22699                          | OTROS GASTOS DIVERSOS                               | 4.500,00           | 54,28              | 4.445,72           | 4.445,72                 | 98,79         |
| 22706                          | ESTUDIOS Y TRABAJOS TÉCNICOS                        | 161.286,00         | 20.310,66          | 136.330,42         | 136.291,70               | 84,50         |
| 25100                          | TRABAJOS REALIZADOS POR UNIVERSIDADES PÚBLICAS      | 10.000,00          | 10.000,00          | 0,00               | 0,00                     | 0,00          |
| 26000                          | TRABAJOS REALIZADOS POR INSTITUCIONES S.F. DE LUCRO | 182.940,00         | 49,50              | 182.892,50         | 152.923,92               | 83,59         |

El Instituto Municipal de Consumo quiere expresar su reconocimiento y agradecimiento a todas las personas y servicios municipales que, con su compromiso y esfuerzo diario, han contribuido a hacer posible las actuaciones recogidas en esta memoria, trabajando al servicio de la ciudadanía para garantizar la protección y defensa efectiva de sus derechos como personas consumidoras.