

Memoria de actuaciones

INSTITUTO MUNICIPAL DE CONSUMO



Memoria de actuaciones 2025
Instituto Municipal de Consumo

CONTENIDO

01

DEFENSA DE LOS DERECHOS DE LOS CONSUMIDORES

La Oficina Municipal de Información al Consumidor

Arbitraje de consumo

Control de mercado

02

DIVULGACIÓN

03

FORMACIÓN

04

DIGITALIZACIÓN

05

GOBERNANZA, COORDINACIÓN Y COOPERACIÓN INSTITUCIONAL

06

TRANSPARENCIA, CALIDAD DEL SERVICIO Y GESTIÓN ADMINISTRATIVA

Presentación

La presente memoria recoge las principales actuaciones desarrolladas durante el ejercicio 2025 por el Instituto Municipal de Consumo (IMC) del Ayuntamiento de Madrid en el ejercicio de sus competencias de protección, información, formación y defensa de los derechos de las personas consumidoras. A través de sus distintos servicios, el Instituto Municipal de Consumo despliega una actuación amplia y transversal que combina la atención directa a la ciudadanía, la resolución extrajudicial de conflictos, el control del mercado, la formación, la divulgación, la cooperación institucional, la transparencia y la mejora continua de los servicios públicos.

La actividad municipal en materia de consumo se apoya, de forma muy destacada, en la red de Oficinas Municipales de Información al Consumidor, integrada por la OMIC Central y las 21 oficinas de distrito. Esta estructura territorial permite ofrecer una atención próxima, accesible y adaptada a las necesidades de la ciudadanía madrileña, garantizando que las personas consumidoras dispongan de un punto de referencia público al que acudir para recibir información, orientación y apoyo en la defensa de sus derechos.

En 2025, la OMIC Central atendió 14.928 consultas, de las cuales 11.110 se realizaron a través del correo electrónico institucional, que se consolida como el canal preferente de relación con la ciudadanía. El 100 % de estas consultas fueron respondidas en menos de cinco días hábiles, superando ampliamente los compromisos establecidos en la Carta de Servicios. Asimismo, el conjunto de la red OMIC tramitó 15.798 expedientes de reclamaciones, quejas y denuncias, manteniendo un modelo de intervención basado en la información previa, la orientación técnica y la intermediación con las empresas reclamadas. En este ámbito, el 90,70 % de las reclamaciones se tramitó en menos de dos meses y la mediación alcanzó un resultado favorable, total o parcialmente, para las personas consumidoras en el 55,70 % de los casos.

Uno de los datos más relevantes del ejercicio es, sin duda, la elevada valoración ciudadana del servicio prestado por la OMIC. La encuesta de satisfacción realizada en 2025, sobre una muestra de 3.400 encuestas válidas distribuidas entre la OMIC Central y las oficinas de distrito, confirma el cumplimiento de los compromisos evaluados en la Carta de Servicios. El 87,76 % de las personas encuestadas se declaró satisfecha con la información y orientación recibidas y el 93,51 % manifestó satisfacción general con el trato recibido y la actuación del personal. Las valoraciones medias también reflejan un nivel muy alto de calidad percibida: 8,71 sobre 10 en preparación técnica; 9,00 en amabilidad y cortesía, y 8,82 en claridad y comprensibilidad de la información. Estos resultados evidencian la solidez del modelo de atención de la OMIC y el reconocimiento ciudadano a un servicio público cercano, profesional y eficaz.

La defensa de los derechos de las personas consumidoras se ha reforzado también a través del Sistema Arbitral de Consumo. En 2025 se registraron 1.586 solicitudes de arbitraje, lo que supone un incremento superior al 170 % respecto del ejercicio anterior, como consecuencia de la nueva distribución competencial introducida por el Reglamento regulador del Sistema Arbitral de Consumo. La Junta Arbitral de Consumo del Ayuntamiento de Madrid celebró 194 audiencias y emitió 164 laudos, contando con la participación activa de 27 entidades colaboradoras.

En materia de control de mercado, la actividad inspectora alcanzó en 2025 un volumen especialmente significativo. Se ejecutaron 11 campañas de inspección y se realizaron 15.458 actuaciones inspectoras en el conjunto de la red municipal, con 11.712 establecimientos inspeccionados y 9.544 productos controlados. La actividad sancionadora se tradujo en 867 expedientes incoados, con una cuantía total de sanciones de 1.241.403 euros. A ello se suma la actuación en materia de seguridad de productos a través de la Red de Alerta, con 366 notificaciones tramitadas, 1.365 establecimientos visitados y 1.677 productos retirados del mercado. Estos datos reflejan una actuación municipal intensa, orientada tanto a corregir incumplimientos como a prevenir riesgos y promover el cumplimiento voluntario de la normativa.

La memoria recoge igualmente el esfuerzo desarrollado en materia de divulgación y formación. En 2025 se impulsaron campañas institucionales para reforzar el conocimiento de los servicios municipales de consumo y fomentar el consumo informado y responsable, con presencia en mobiliario urbano, medios de comunicación, canales digitales y redes sociales. Se realizaron 902 publicaciones en redes sociales y 170 actualizaciones del portal municipal de consumo, además de la elaboración y distribución de materiales divulgativos dirigidos tanto a la ciudadanía como al sector empresarial. En este ámbito destaca también la celebración de la primera edición de los Premios Consumo Responsable Ciudad de Madrid, orientados a reconocer buenas prácticas, iniciativas de accesibilidad e inclusión y la implicación de la población joven en la formación en consumo responsable.

La formación ha mantenido una presencia territorial amplia y diversificada. El programa formativo dirigido a personas consumidoras alcanzó a 28.787 participantes mediante 1.452 acciones desarrolladas en los 21 distritos de la ciudad, con especial atención a escolares, personas adultas, personas mayores y colectivos con discapacidad. A ello se suma la formación dirigida al sector empresarial, mediante 750 visitas personalizadas a comercios, orientadas a mejorar el conocimiento de las obligaciones en materia de consumo, difundir el Sistema Arbitral de Consumo y promover la adhesión a los códigos de buenas prácticas.

El ejercicio 2025 ha sido también un año de avance en la transformación digital de los servicios municipales de consumo. El 43,37 % de los expedientes de gestión se presentó por vía telemática, el porcentaje más alto desde que se dispone de registros y prácticamente equivalente al máximo histórico alcanzado en 2022. Asimismo, se han

iniciado o consolidado actuaciones vinculadas a la explotación de datos mediante herramientas de análisis, la digitalización de la actividad inspectora, la mejora de los contenidos web y la creación de nuevos espacios de información y coordinación interna. Estos avances permiten avanzar hacia un modelo de gestión más ágil, accesible y basado en datos.

Finalmente, la memoria incorpora las actuaciones desarrolladas en materia de gobernanza, coordinación institucional, transparencia, calidad y gestión administrativa. La coordinación con los distritos, la colaboración con asociaciones de personas consumidoras y organizaciones empresariales, la participación en planes y estrategias municipales, la actividad del Consejo Sectorial de Consumo, la publicidad activa, el portal de datos abiertos, la protección de datos y la evaluación de la Carta de Servicios conforman un conjunto de instrumentos esenciales para garantizar una actuación pública coherente, transparente y orientada a la mejora continua.

En conjunto, la Memoria de actividades 2025 refleja la consolidación del Instituto Municipal de Consumo como un servicio público esencial para la ciudadanía madrileña: próximo en la atención, riguroso en el control, eficaz en la resolución de conflictos, activo en la formación y divulgación, comprometido con las personas consumidoras vulnerables y orientado a la modernización de sus procesos. Todo ello con un objetivo común: garantizar una protección efectiva de los derechos de las personas consumidoras y contribuir a un mercado más justo, responsable y seguro en la ciudad de Madrid.

A white door with a decorative, multi-paned design. The door features a grid of eight rectangular panels arranged in two columns and four rows. The top-left corner of the door has a decorative, curved element. The door is set against a light-colored wall.

1

**DEFENSA Y GARANTÍA
DE DERECHOS**

La Oficina Municipal de Información al Consumidor

La Oficina Municipal de Información al Consumidor del Ayuntamiento de Madrid (OMIC) inició su actividad en octubre de 1983 y cuenta actualmente con una red de 22 oficinas: una central y 21 distribuidas por los distritos de la ciudad. Su actividad se organiza en dos grandes ámbitos: la atención a solicitudes de información y la gestión de reclamaciones, quejas y denuncias.

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.

Atención personalizada a solicitudes de información

La OMIC suministra información general en materia de consumo sobre bienes, servicios y suministros. Por otra parte, asesora y orienta sobre los organismos competentes para la resolución de los conflictos planteados cuando excede su ámbito de actuación por razón de la materia o del territorio. Además, facilita a las personas interesadas información particularizada sobre el estado de tramitación de los expedientes de reclamaciones y denuncias de los que son parte interesada.

14.928

consultas atendidas

11.110

consultas por correo electrónico

2.580

personas atendidas con cita previa

100 %

correos respondidos en menos de 5 días

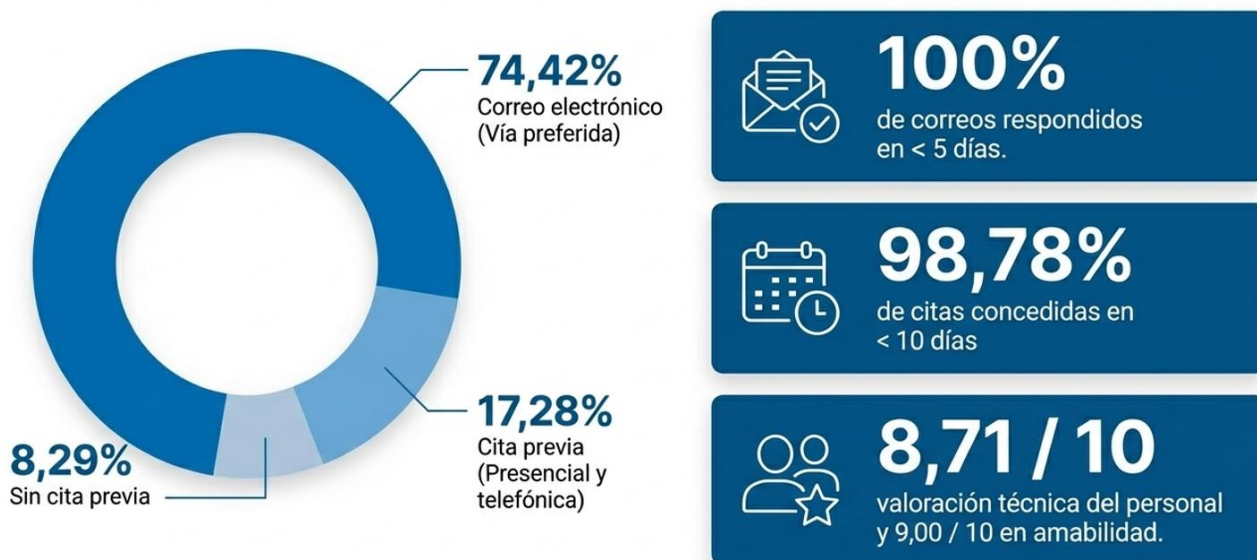
98,78 %

citas en menos de 10 días

Estos datos hacen referencia a la OMIC Central.

La OMIC Central ofrece atención personalizada a través de tres canales: cita previa presencial, cita previa telefónica y correo electrónico institucional. Además, se mantiene la atención sin cita previa para consultas puntuales y la respuesta a consultas formuladas a través de registro oficial, si bien estos canales continúan su tendencia descendente en

favor de las vías con cita o electrónicas. En definitiva, la atención se adapta a las necesidades particulares de cada solicitante, con el objetivo de garantizar un servicio accesible, ágil y eficaz.



En 2025, el correo electrónico se consolida como la vía preferida por la ciudadanía, canalizando el **74,42 %** de las consultas atendidas en la OMIC Central (**11.110 consultas**), seguido de la cita previa —presencial o telefónica—, que representa el **17,28 % (2.580 personas atendidas)**. Además, se atendieron 1.238 personaciones sin cita y 175 solicitudes de información a través de registro oficial.

Del análisis de los datos se infiere que se trata de un servicio público —que ofrece una atención rápida y de calidad— con una atención multicanal adaptada a las necesidades de cada ciudadano.

Atención por correo electrónico

La atención a través del correo electrónico institucional se consolida como la vía más demandada por la ciudadanía en la OMIC Central. En 2025 se gestionaron 11.110 consultas, lo que supone un incremento respecto a las 10.440 del año anterior. El 100 % de las consultas recibidas fueron respondidas en un plazo inferior a cinco días hábiles, superando el objetivo del 85 % fijado en la Carta de Servicios.

Atención con cita previa

En 2025 se citaron en la OMIC Central 2.869 personas, con una tasa de asistencia del 89,86 %. Del total de personas atendidas, 324 lo fueron de forma presencial y 2.256 mediante atención telefónica, canal que se consolida como el preferido por las personas que solicitan asesoramiento personalizado previa cita.

Considerando el conjunto de las 22 oficinas, en 2025 se citaron 14.115 personas en total —2.869 en la OMIC Central y 11.246 en las oficinas de distrito—, con una tasa de asistencia global del 89,88 %. Fueron atendidas 12.838 personas mediante cita previa en toda la red: 2.580 en la Central (324 presencialmente y 2.256 por teléfono) y 10.106 en los distritos (2.723 presencialmente y 7.535 por teléfono).

	Personas citadas		Acudieron a la cita		No acudieron a la cita	
	N.º	%	N.º	%	N.º	%
OMIC Central	2.869	20,32 %	2.580	89,93 %	289	10,07 %
Distritos	11.246	79,68 %	10.106	89,86 %	1.140	10,14 %
TOTAL GENERAL	14.115	100 %	12.686	89,88 %	1.429	10,12 %

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 demás canales. La personación sin cita supone únicamente el **8,29 %** del total (**1.238 personaciones**), confirmando la progresiva consolidación de los canales con cita y del correo electrónico como vías preferentes de relación entre la ciudadanía y los servicios municipales de consumo.

Colaboración con asociaciones de personas consumidoras

Con el objetivo de promover la atención personalizada a la ciudadanía y fomentar el asociacionismo en materia de consumo, el IMC impulsa, en colaboración con las asociaciones integradas en el Consejo Municipal de Consumo, el **Programa de Asesoramiento Personalizado**. Este programa ofrece orientación jurídica y económica individualizada, con carácter gratuito, confidencial e independiente, adaptándose en cada caso a las circunstancias particulares de la persona usuaria.

La atención se articula en torno a dos líneas complementarias: la orientación jurídica ante dudas o controversias derivadas de relaciones de consumo y el asesoramiento sobre cuestiones con incidencia en la economía familiar —suministros, productos financieros, seguros o planes de pensiones, entre otros—. El servicio se presta tanto de forma presencial como telefónica, garantizando así su accesibilidad para todos los perfiles de personas consumidoras.

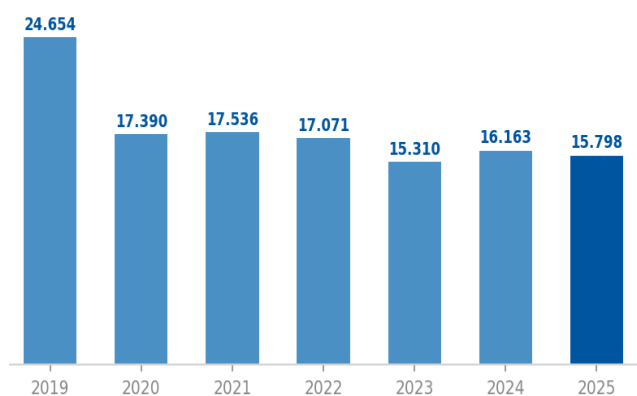
En el marco de este programa, la OMIC Central mantiene convenios de colaboración con las siguientes asociaciones del Consejo Sectorial de Consumo de la Ciudad de Madrid:

Acrónimo	Entidad
AACCU	Asociación de Amas de Casa y Consumidores-Usuarios de la Comunidad de Madrid "Ascensión Sedeño"
ADICAE	Asociación para la Defensa de los Usuarios de Bancos, Cajas y Seguros de la Comunidad de Madrid
ASESCON	Asociación Española de Consumidores Madrid
EUROCONSUMO	Unión de Consumidores Europeos de la Comunidad de Madrid
FUCI	Federación de Usuarios-Consumidores Independientes de la Comunidad de Madrid C.I.C.M.
OCU	Organización de Consumidores y Usuarios
UCM	Unión de Consumidores de la Comunidad de Madrid
UNAE	Federación de la Unión Cívica Nacional de Consumidores y Amas de Hogar de España
UNCUMA	Unión de Cooperativas de Consumidores y Usuarios de Madrid

Gestión de reclamaciones, quejas y denuncias · Red OMIC

En 2025, las 22 oficinas de la OMIC tramitaron conjuntamente 15.798 expedientes de gestión. Entendemos por gestión las reclamaciones, quejas y denuncias presentadas por las personas consumidoras, que requieren la apertura de un expediente y, en la mayoría de los casos, la intermediación con la empresa reclamada.

Evolución de expedientes gestionados en los últimos años



El volumen total de expedientes desciende de 16.163 en 2024 a 15.798 (-2,3 %). Este descenso puede explicarse por la concurrencia de diversos factores. En primer lugar, destaca el elevado volumen de solicitudes de información atendidas, 14.928 en la OMIC Central, lo que evidencia una mayor capacidad del servicio para ofrecer orientación previa y soluciones tempranas a la ciudadanía, evitando en muchos casos la formalización de reclamaciones. Este fenómeno se

traduce en un mejor filtrado de los asuntos, incrementando la pertinencia y calidad de las reclamaciones finalmente presentadas, aunque reduciendo su volumen total.

Distribución por tipología

La distribución de los expedientes tramitados en 2025 muestra una estructura similar a la de ejercicios anteriores, con un claro predominio de las reclamaciones:

Tipología de expediente	N.º expedientes	% del total
Reclamaciones	14.909	94,37 %
Quejas	598	3,79 %
Denuncias	291	1,84 %
TOTAL GESTIÓN	15.798	100 %

Resultado de la mediación



La gestión que realiza la OMIC en el grueso de los expedientes de reclamación consiste en la intermediación con las empresas reclamadas, buscando una solución amistosa al conflicto planteado.

En 2025, el 90,70 % de las reclamaciones se tramitaron en menos de dos meses. La intermediación arrojó un resultado favorable, total o parcialmente, a las pretensiones de las personas consumidoras en el 55,70 % de los casos, lo que representa una ligera mejora respecto al 55,20 % registrado en 2024.

Distribución por oficinas

La distribución de los expedientes de gestión entre la OMIC Central y las oficinas de distrito 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 2022.

Ámbito	N.º expedientes	% del total
OMIC Central	7.240	45,83 %
Oficinas de distrito (21)	8.558	54,17 %
TOTAL	15.798	100 %

El 45,83 % de los expedientes registrados fueron tramitados por la OMIC Central (7.240 expedientes), mientras que el 54,17 % restante (8.558) se gestionó 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 una disminución de expedientes, en comparación con el año anterior, que ha sido más acusada en la OMIC Central que en la mayoría de las oficinas de distrito. La causa principal es la reducción de reclamaciones en el sector de suministros energéticos —materia que, conforme a la Instrucción de coordinación vigente, corresponde principalmente a la OMIC Central— como consecuencia de la progresiva estabilización de los precios de la energía.

La siguiente tabla recoge el detalle por oficina:

Oficina	Reclamaciones	Denuncias	Quejas	Total	% del total
OMIC Central	7.021	87	132	7.240	45,83 %
01 Centro	643	7	71	721	4,56 %
02 Arganzuela	343	25	45	413	2,61 %
03 Retiro	338	12	22	372	2,35 %
04 Salamanca	776	2	33	811	5,13 %
05 Chamartín	405	14	23	442	2,80 %
06 Tetuán	476	11	48	535	3,39 %
07 Chamberí	368	12	15	395	2,50 %
08 Fuencarral – El Pardo	481	6	27	514	3,25 %
09 Moncloa - Aravaca	225	10	11	246	1,56 %
10 Latina	349	2	1	352	2,23 %
11 Carabanchel	419	16	40	475	3,01 %
12 Usera	269	0	4	273	1,73 %
13 Puente de Vallecas	393	9	21	423	2,68 %
14 Moratalaz	176	6	16	198	1,25 %
15 Ciudad Lineal	400	18	1	419	2,65 %
16 Hortaleza	394	10	20	424	2,68 %
17 Villaverde	279	9	11	299	1,89 %
18 Villa de Vallecas	471	4	25	500	3,16 %

Oficina	Reclamaciones	Denuncias	Quejas	Total	% del total
19 Vicálvaro	139	17	3	159	1,01 %
20 San Blas - Canillejas	451	14	24	489	3,10 %
21 Barajas	93	0	5	98	0,62 %
TOTAL DISTRITOS	8.711	167	367	8.558	54,17 %
TOTAL GENERAL	14.909	291	598	15.798	100 %

Distribución por sectores

La distribución de los expedientes por sectores muestra en 2025 una estructura similar a la de ejercicios anteriores, con el sector bienes de consumo a la cabeza, seguido del sector energía y agua. Cabe destacar el importante crecimiento del sector vivienda y educación respecto a 2024:

Sector general	Sector específico	N.º expedientes	%
		15.798	
Alimentación	Total	391	2,47 %
	Comidas y bebidas	391	
Bienes de consumo	Total	4.814	30,47 %
	Animales y plantas	56	
	Aparatos de telefonía	472	
	Artículos deportivos	86	
	Automóvil de segunda mano	142	
	Automóvil nuevo	96	

Sector general	Sector específico	N.º expedientes	%
	Calzado	225	
	Complementos	108	
	Cosmética / perfumería / droguería	207	
	Electrodoméstico pequeño	275	
	Electrodomésticos gama blanca	315	
	Imagen y sonido	244	
	Informática	264	
	Joyería / relojería / bisutería	185	
	Juguetes	50	
	Libros, revistas, papelería	56	
	Menaje del hogar / ferretería / bricolaje	208	
	Mobiliario	508	
	Motos y accesorios	35	
	Óptica y ortopedia	79	
	Otros bienes de consumo	621	
	Otros medios de transporte personal	20	
	Puericultura / artículos para niños	10	
	Textil y prendas de vestir	552	
Educación	Total	402	2,54 %
	Autoescuelas	61	
	Enseñanza en el extranjero	1	

Sector general	Sector específico	N.º expedientes	%
	Enseñanza de idiomas	42	
	Enseñanza reglada	42	
	Otras enseñanzas no regladas	243	
	Otros	13	
Energía y agua	Total	2.327	14,73 %
	Agua Canal de Isabel II	20	
	Electricidad comercializadora	1.044	
	Electricidad distribuidora	305	
	Gas comercializadora	555	
	Gas distribuidora	255	
	Gas envasado	4	
	Gases licuados del petróleo (canalizado)	2	
	Gestores energéticos	28	
	Instaladores de electricidad	20	
	Instaladores de gas	24	
	Lectura de contadores	44	
	Otros	26	
Salud	Total	608	3,85 %
	Hospitales, clínicas y profesionales	198	
	Otros	37	
	Productos farmacéuticos y parafarmacia	92	

Sector general	Sector específico	N.º expedientes	%
	Servicios de odontología	281	
Servicios de ocio	Total	1.594	10,09 %
	Actividades de espectáculos públicos	466	
	Agencia de viajes	246	
	Apuestas, loterías y juegos de azar	11	
	Establecimientos de hostelería	279	
	Gimnasios	283	
	Hoteles y alojamientos turísticos	93	
	Otros	32	
	Servicios culturales y de entretenimiento	122	
	Servicios de deporte y afición	62	
Servicios financieros	Total	955	6,05 %
	Bancos y entidades financieras	439	
	Cambios de moneda	10	
	Empresas de intermediación	31	
	Empresas de recobro	19	
	Envíos de dinero	6	
	Otros	26	
	Seguros	424	
Servicios generales	Total	2.105	13,32 %
	Alarmas	50	

Sector general	Sector específico	N.º expedientes	%
	Anillado (<i>piercing</i>) / tatuajes	3	
	Aparcamientos	70	
	Atención de animales y clínicas veterinarias	28	
	Belleza, estética y peluquería	231	
	Centros de cuidado infantil	2	
	Centros de recreo y esparcimiento	5	
	Despachos y profesionales liberales	57	
	Estaciones de servicio	59	
	Gestoría	72	
	Locutorios	9	
	Mantenimiento y reparación del hogar	502	
	Mantenimiento y reparación de vehículos	3	
	Mudanzas y guardamuebles	24	
	Otros	295	
	Reparación de aparatos fotográficos	1	
	Reparación de electrodomésticos pequeños	64	
	Reparación de electrodomésticos gama blanca	58	
	Reparación de óptica y ortopedia	13	
	Reparación de ropa, calzado y complementos	16	
	Reparación de telefonía	75	
	Reparación informática	50	

Sector general	Sector específico	N.º expedientes	%
	Reparación relojería y joyería	37	
	Reparaciones del hogar	281	
	Residencia de ancianos y cuidado de mayores	14	
	Servicios de limpieza del hogar	8	
	Servicios funerarios	10	
	Tintorería	68	
Telecomunicaciones	Total	910	5,76 %
	Otros	34	
	Servicios combinados de telefonía e Internet	601	
	Servicios de Internet	20	
	Servicios de telefonía fija	17	
	Servicios de telefonía móvil	214	
	Televisión de pago	24	
Transporte y servicio postal	Total	1.093	6,92 %
	Alquiler de vehículo con conductor	25	
	Alquiler de vehículo sin conductor	228	
	Otros	21	
	Servicios postales	71	
	Taxi	6	
	Transporte aéreo	300	
	Transporte de mercancías / paquetería	299	

Sector general	Sector específico	N.º expedientes	%
	Transporte de viajeros por carretera	33	
	Transporte marítimo, fluvial y lacustre	4	
	Tranvía, autobús, metro y suburbano	8	
	Tren	98	
Vivienda	Total	599	3,79 %
	Aprovechamiento por turno	3	
	Arrendamiento de vivienda libre	401	
	Arrendamiento de vivienda protegida	6	
	Compraventa de vivienda libre	94	
	Comunidad de propietarios	8	
	Cooperativas de vivienda	2	
	Instalación y mantenimiento de calefacción	19	
	Otros	66	

El sector bienes de consumo es el más reclamado con 4.814 expedientes. En segundo lugar, el sector energía y agua aglutina un total de 2.327 expedientes. No obstante, se aprecia un marcado descenso respecto a los 3.728 de 2023 y los 2.657 de 2024, en consonancia con la progresiva estabilización de los mercados energéticos. Especialmente llamativo es el incremento en vivienda (+97,8 %) y educación (+58,1 %).

El sector de ocio experimenta un fuerte ascenso hasta los 1.594 expedientes.

El sector vivienda prácticamente duplica sus cifras respecto a 2024 (599 frente a 319), y el sector educación registra también un fuerte incremento, con 402 expedientes frente a los 258 de 2024.

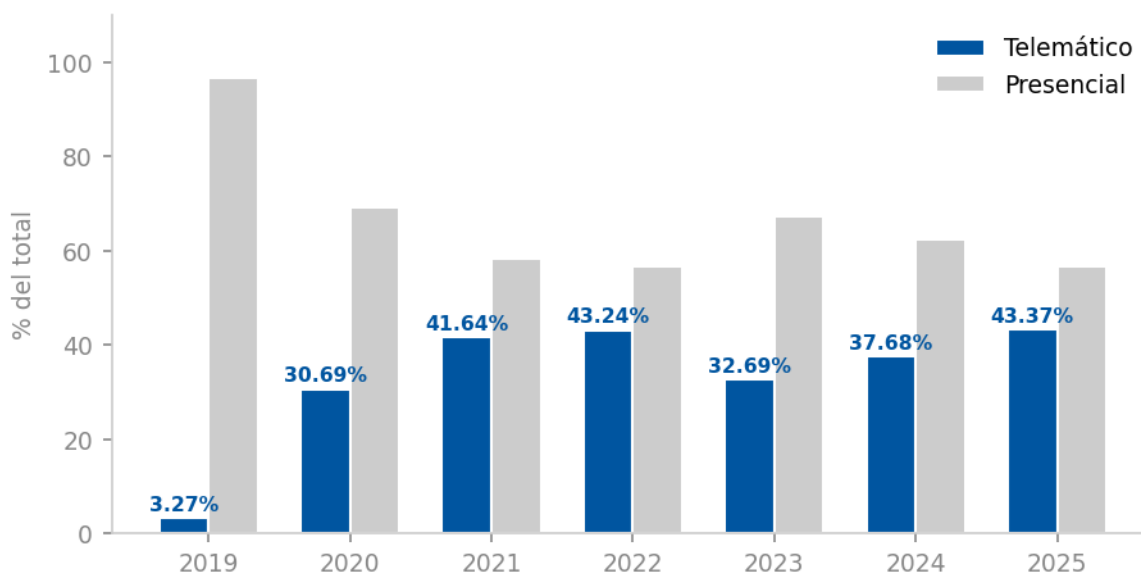
El análisis sectorial de 2025 revela cuatro tendencias de fondo. Primera: la normalización energética continúa su curso, con energía y agua perdiendo el histórico liderazgo que mantuvo durante los años de alta volatilidad de precios. Segunda: el sector vivienda prácticamente duplica sus cifras (de 319 a 599 expedientes), señal de alerta que apunta a una mayor conflictividad en alquiler y compraventa. Tercera: el sector educación experimenta un incremento del 58,1 % respecto a 2024. Cuarta: el ocio crece con fuerza (de 1.408 a 1.594 expedientes), reflejo de la reactivación del consumo cultural y de entretenimiento.

Evolución del canal de presentación de expedientes

El análisis del canal de presentación de los expedientes de gestión confirma la consolidación del canal telemático como opción preferente para un número creciente de personas consumidoras. En 2025 el 43,37 % de los expedientes se presentó por vía telemática, el porcentaje más alto desde que se dispone de registros, igualando prácticamente el máximo histórico de 2022 (43,24 %).

2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
3,27 %	30,69 %	41,64 %	43,24 %	32,69 %	37,68 %	43,37 %

Canal de presentación de expedientes (%)



El salto del 37,68 % en 2024 al 43,37 % en 2025 en el uso del canal telemático — prácticamente igualando el máximo histórico de 43,24 % alcanzado en 2022— confirma que la digitalización de la relación del ciudadano con la Administración es una tendencia estructural.

Satisfacción ciudadana

La evaluación de la Carta de Servicios, realizada mediante **3.400 encuestas telefónicas válidas** distribuidas proporcionalmente entre las 22 oficinas, confirma en 2025 el cumplimiento de todos los compromisos establecidos. El **87,76 %** de las personas encuestadas se declaró satisfecho con la información y orientación recibidas (objetivo: ≥ 80 %; resultado 2024: 86,04 %), y el **93,51 %** manifestó satisfacción general con el trato recibido y la actuación del personal (objetivo: ≥ 80 %). Las valoraciones medias del personal fueron de **8,71** en preparación técnica (objetivo: ≥ 8 ; resultado 2024: 8,50), **9,00** en amabilidad y cortesía (objetivo: ≥ 8 ; resultado 2024: 8,93) y **8,82** en claridad del lenguaje (objetivo: ≥ 8 ; resultado 2024: 8,85). En todos los casos los resultados de 2025 igualan o mejoran los del ejercicio anterior, lo que avala la solidez y continuidad del modelo de atención de la OMIC.

Indicador	Objetivo	Resultado 2025
% de personas usuarias satisfechas con la información recibida	≥ 80 %	87,76 %
Valoración de la preparación del personal (0-10)	≥ 8	8,71
Valoración de la amabilidad y cortesía del personal (0-10)	≥ 8	9,00
Valoración de la claridad del lenguaje utilizado (0-10)	≥ 8	8,82
% de personas usuarias satisfechas con el trato recibido en general	≥ 80 %	93,51 %

Fuente: Informe de la Encuesta de Satisfacción OMIC 2025.

En términos generales, el 93,51 % de las personas encuestadas manifestó estar satisfecha con el trato recibido y la actuación del personal. El trato es el aspecto mejor valorado en todas las oficinas, seguido de la claridad del lenguaje y la preparación técnica, todos ellos con puntuaciones muy por encima de los mínimos establecidos en la Carta de Servicios.

Respecto a 2024, los resultados de 2025 muestran una mejora generalizada en todos los indicadores de satisfacción: la satisfacción general con el trato recibido sube de 92,05 a 93,51 %. En concreto, el grado de satisfacción con la información recibida sube hasta el 87,76 %, la amabilidad del personal alcanza una puntuación de 9,00 sobre 10 y la preparación técnica —el indicador con mayor margen de mejora— avanza hasta 8,71. En los tres casos, los resultados superan los valores de referencia de 2024 (86,04 %, 8,93 y 8,50, respectivamente) y se sitúan muy por encima de los mínimos establecidos en la Carta de Servicios.

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 operan en la región dispongan de hojas de reclamaciones a disposición de las personas consumidoras.

En este marco, las entidades locales, junto con otras Administraciones públicas, son responsables de su distribución. La OMIC desarrolla esta función a través de su red de oficinas, donde facilita tanto hojas de reclamaciones como carteles informativos sobre su disponibilidad. Asimismo, estos materiales pueden obtenerse a través del portal de gestiones y trámites del Ayuntamiento de Madrid.

Desde la implantación en 2019 del sistema de descarga *online*, se ha producido una notable reducción en la demanda de hojas en formato papel. No obstante, la OMIC mantiene la entrega física de hojas de reclamaciones, tanto de forma presencial como mediante envío postal, si bien estas solicitudes son actualmente residuales. La entrega se realiza de manera inmediata, siempre que la persona solicitante aporte la documentación acreditativa de la actividad comercial correspondiente.

Durante 2025 se han distribuido un total de **1.724 hojas de reclamaciones**, correspondientes a **54 empresas**.

Convenios con organizaciones empresariales para su distribución

De forma complementaria, el Ayuntamiento de Madrid mantiene convenios de colaboración con organizaciones empresariales con el fin de facilitar la distribución de hojas del Sistema Unificado de Reclamaciones (SUR) entre sus asociados con sede en el municipio.

Estos convenios regulan la cooperación entre la Administración municipal y el tejido empresarial, en favor del interés general, y tienen como objetivo promover un comercio de calidad que garantice el respeto de los derechos de las personas consumidoras, en particular el derecho a formular reclamaciones.

En la actualidad, se encuentran vigentes cinco convenios suscritos 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)

Arbitraje de consumo

El Sistema Arbitral de Consumo (SAC) es el 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. 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 presentadas por las personas consumidoras.

1.586

solicitudes de arbitraje

+170 %

respecto a 2024 (583)

194

audiencias celebradas

27

entidades colaboradoras

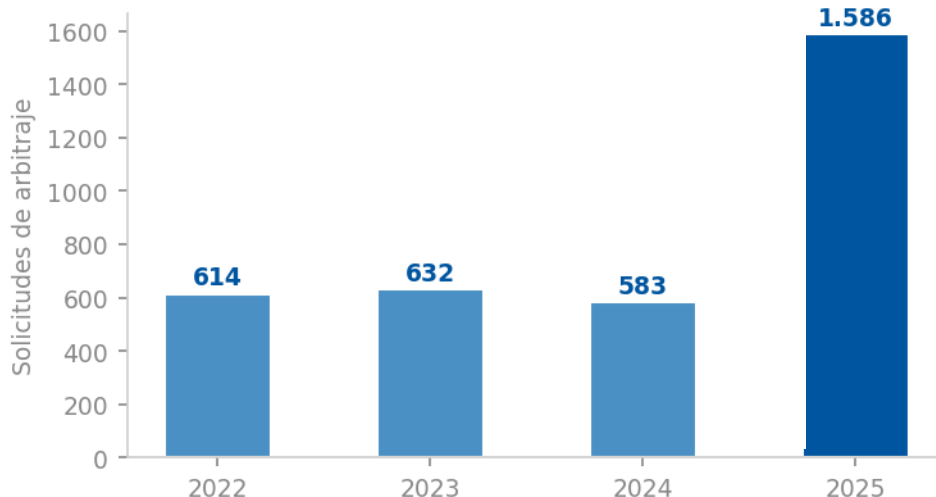
La Junta Arbitral de Consumo

Solicitudes y audiencias

El ejercicio 2025 ha estado marcado por un incremento muy significativo de las solicitudes de arbitraje, como consecuencia directa de la nueva distribución competencial introducida por el Reglamento regulador del Sistema Arbitral de Consumo, aprobado mediante el Real Decreto 713/2024, de 23 de julio. Este reglamento, que establece el domicilio del consumidor como criterio preferente de competencia, ha generado un importante trasvase de solicitudes desde otras juntas arbitrales hacia la del Ayuntamiento de Madrid.

En total se registraron 1.586 solicitudes de arbitraje, lo que supone un incremento de más del 170 % respecto a las 583 solicitudes del año anterior. Se han celebrado 194 audiencias arbitrales, equivalentes aproximadamente al 13 % de las solicitudes recibidas. Esta proporción, inferior a la de ejercicios anteriores, se explica por el cambio en la tipología de las solicitudes: se ha producido una reducción de las reclamaciones vinculadas a sectores históricamente adheridos al SAC —como los suministros energéticos— y un incremento de aquellas relativas a bienes de consumo y servicios con mayor atomización empresarial, lo que dificulta la adhesión de las empresas implicadas y, en consecuencia, limita la tramitación arbitral efectiva.

Solicitudes de arbitraje 2022-2025



Una parte de los expedientes de arbitraje ha pasado previamente por un proceso de mediación en la OMIC, mediante el cual la persona consumidora somete voluntariamente a arbitraje aquellas cuestiones en las cuales la mediación efectuada no ha satisfecho total o parcialmente las pretensiones de la parte reclamante.



Aproximadamente el **74 %** de las solicitudes han sido trasladadas desde la Junta Arbitral de Consumo de la Comunidad de Madrid, que, tras la modificación competencial, se constituye en la principal vía de entrada de solicitudes de arbitraje que son competencia de la Junta Arbitral de Consumo municipal. Por su parte, la OMIC, tanto central como distritales, ha pasado a ser la segunda vía de entrada con más de un **16 %** de solicitudes, mientras que la vía directa ocupa la tercera posición con un **8 %** de las solicitudes, aproximadamente.

Organismo receptor	N.º solicitudes 2025
TOTAL	1.586
OMIC Central	95
Oficinas de distrito	168
01. Centro	17
02. Arganzuela	4
03. Retiro	9
04. Salamanca	25
05. Chamartín	7
06. Tetuán	18
07. Chamberí	11
08. Fuencarral-El Pardo	6
09. Moncloa-Aravaca	4
10. Latina	8
11. Carabanchel	12
12. Usera	6
13. Puente de Vallecas	9
14. Moratalaz	3
15. Ciudad Lineal	2
16. Hortaleza	4
17. Villaverde	1
18. Villa de Vallecas	12
19. Vicálvaro	8

Organismo receptor	N.º solicitudes 2025
20. San Blas-Canillejas	2
21. Barajas	0
Asociaciones de personas consumidoras	0
Otros organismos	1.323
1. Vía directa	122
2. Comunidad de Madrid	1.172
3. Otros	29

Resoluciones arbitrales

Durante el ejercicio se celebraron 194 audiencias y se emitieron un total de 164 laudos. El 66 % de los procedimientos se resolvió mediante órganos colegiados, con participación de asociaciones de personas consumidoras y organizaciones empresariales, mientras que el 34 % restante se tramitó a través de órganos unipersonales, integrados por personal municipal y árbitros designados en virtud del convenio suscrito con la Universidad Nacional de Educación a Distancia (UNED).

Resultado de las resoluciones arbitrales	N.º	% del total
Estimatorio total o parcialmente	83	51 %
Desestimatorio	46	28 %
Conciliatorio	22	13 %
Inhibitorio / archivo	13	8 %
TOTAL	164	100 %

Distribución por sectores

La distribución de las solicitudes de arbitraje muestra una estadística similar a las reclamaciones por sector, destacando como los tres sectores con mayor volumen de solicitudes: bienes de consumo (28 %), servicios generales (16 %) y energía y agua (14 %).

Sector / subsector	N.º solicitudes
Sector bienes de consumo	447
Otros bienes de consumo	93
Mobiliario	52
Textil y prendas de vestir	46
Resto de subsectores	256
Sector servicios generales	254
Otros servicios	90
Reparaciones del hogar	40
Mantenimiento y reparación de vehículos a motor	38
Resto de subsectores	86
Sector telecomunicaciones	125
Servicios combinados de telefonía	59
Servicios de telefonía móvil	37
Servicios de Internet	5
Resto de subsectores	24
Sector energía y agua	229
Electricidad comercializadora	101
Gas comercializadora	60
Electricidad distribuidora	25

Sector / subsector	N.º solicitudes
Resto de subsectores	43
Sector transportes y servicio postal	140
Transporte aéreo	44
Alquiler de vehículo sin conductor	20
Tren	19
Resto de subsectores	57
Sector servicios de ocio	168
Otros servicios de ocio	30
Servicios de deporte y aficiones	28
Establecimientos de hostelería	21
Resto de subsectores	89
Sector salud	63
Hospitales, clínicas y profesionales sanitarios	9
Productos farmacéuticos y parafarmacia	33
Servicios de odontología	11
Otros	10
Sector educación	31
Autoescuelas	3
Enseñanzas de idiomas	2
Enseñanza reglada	5
Otras enseñanzas no regladas	16
Otros	5

Sector / subsector	N.º solicitudes
Sector vivienda	46
Arrendamiento de vivienda libre	20
Compraventa de vivienda libre	6
Comunidad de propietarios	2
Instalación y mantenimiento de ascensores	1
Otros	17
Sector servicios financieros	58
Bancos y entidades financieras	24
Empresas de recobro	11
Seguros	13
Otros	10
Sector alimentación	25
Comidas y bebidas	25

Entidades colaboradoras y convenios

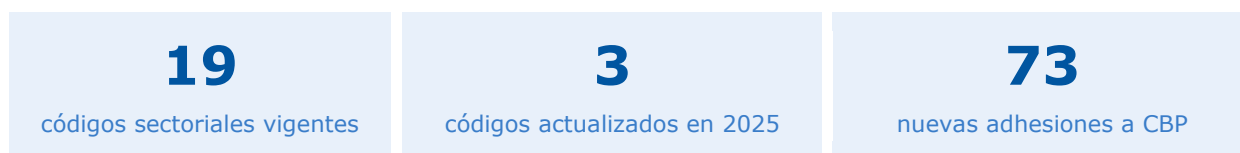
En 2025 han participado activamente en la Junta Arbitral de Consumo del Ayuntamiento de Madrid 27 entidades colaboradoras: 16 asociaciones de personas consumidoras y 11 organizaciones empresariales. Esta participación refuerza la legitimidad y eficacia del sistema, garantizando la representación equilibrada de ambas partes en los órganos arbitrales.

Con el objetivo de fortalecer la gestión del SAC en el ejercicio 2026, se han suscrito 17 nuevos convenios con organizaciones empresariales y 16 con asociaciones de personas consumidoras, lo que representa un incremento del 10 % en el número de entidades conveniadas respecto a ejercicios anteriores. Estos instrumentos permitirán mejorar la especialización y agilidad en la designación de los órganos arbitrales y facilitar la calendarización de nuevas audiencias.

Del total de 194 audiencias celebradas, el 66 % se resolvió mediante órganos colegiados con participación de asociaciones de personas consumidoras y organizaciones empresariales, mientras que el 34 % restante se tramitó a través de órganos unipersonales, integrados tanto por personal municipal como por árbitros designados en virtud del convenio suscrito entre el Ayuntamiento de Madrid y la Universidad Nacional de Educación a Distancia (UNED). En el conjunto de las actuaciones se ha constatado el firme compromiso de las entidades colaboradoras, lo que refuerza la legitimidad y eficacia del sistema.

Códigos de buenas prácticas

Los códigos de buenas prácticas de consumo (CBP) son documentos sectoriales que, además de recopilar aspectos básicos de la normativa aplicable, incorporan compromisos voluntarios de mejora por parte de las empresas. Su importancia en el marco del arbitraje es directa: la adhesión a un código de buenas prácticas conlleva necesariamente la aceptación de la resolución de los conflictos de consumo a través del Sistema Arbitral de Consumo, de modo que las empresas adheridas ofrecen a sus clientes una vía rápida, gratuita y vinculante de resolución de conflictos.



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.

Las empresas adheridas pueden exhibir el distintivo “Buenas Prácticas” como muestra de su compromiso con la calidad y la protección de las personas consumidoras.

Revisión y actualización

Durante 2025 se ha mantenido el programa de revisión y actualización de los CBP aprobados, conforme a lo establecido en la Ordenanza de Consumo de la Ciudad de Madrid, de 30 de marzo de 2011. En este ejercicio se han desarrollado actuaciones para la actualización de los códigos correspondientes a los sectores de calzado, textil y estaciones de servicio.

Además, en ejecución de los trabajos desarrollados en el ejercicio anterior, se produjo la actualización o impresión de los materiales correspondientes a los códigos de los sectores de cerrajería, reparación de electrodomésticos, restauración y ocio nocturno, así como de mudanzas y guardamuebles.



Adhesiones

A lo largo de 2025, se han formalizado 73 adhesiones a CBP, de las cuales 52 han sido adhesiones conjuntas también al SAC. Estas adhesiones han sido el resultado de las actuaciones orientadas al fomento de la adhesión en supuestos de modificación societaria o cambio de titularidad de actividades económicas de sujetos previamente adheridos.

Dichas actuaciones se realizaron en colaboración con el sector privado a través de un contrato de desarrollo de una campaña de comunicación directa para el fomento y la regularización de adhesiones a los códigos de buenas prácticas y al Sistema Arbitral de Consumo.

Control de mercado

La actividad de control del mercado tiene como objetivo fundamental garantizar que los productos y servicios disponibles en la ciudad cumplen con la normativa vigente en materia de protección de las personas consumidoras. Esta función se articula en torno a tres ejes complementarios —las inspecciones programadas, la investigación de denuncias a través de la OMIC y el ejercicio de la potestad sancionadora cuando se constatan incumplimientos—, lo que permite contar con un diseño que combina prevención y reacción.

15.458

actuaciones inspectoras

11

campañas de inspección ejecutadas

867

expedientes sancionadores
incoados

Inspecciones programadas

Las campañas de inspección se programan anualmente con el objetivo de verificar el cumplimiento de la normativa en sectores o prácticas de especial incidencia para la

ciudadanía. Su ejecución es compartida entre el Servicio de Inspección de Consumo del IMC y las unidades de consumo de los 21 distritos, lo que permite una cobertura homogénea en todo el territorio municipal.

Actividad inspectora

En 2025 se programaron y ejecutaron íntegramente 11 campañas de inspección, alcanzando un grado de ejecución del 100 % respecto a lo previsto. En el marco de estas campañas, el Servicio de Inspección del IMC realizó 2.812 actuaciones en 2.381 establecimientos, superando ampliamente los objetivos previstos de 2.500 actuaciones y 1.100 establecimientos, con desviaciones positivas del 12,5 % y el 116,5 %, respectivamente. Considerando también la actividad de las unidades de consumo de los distritos, el volumen total asciende a 15.458 actuaciones en 11.712 establecimientos.

Indicador	IMC	Total (IMC + distritos)
Actuaciones inspectoras	2.812	15.458
Establecimientos inspeccionados	2.381	11.712
Productos controlados	3.366	9.544
Campañas ejecutadas	11	11

	Inspecciones	Productos controlados		Inspecciones	Productos controlados
IMC	2.812	3.366	11 Carabanchel	765	1.124
01 Centro	591	130	12 Usera	25	1
02 Arganzuela	610	117	13 Puente de Vallecas	721	0
03 Retiro	578	132	14 Moratalaz	209	35
04 Salamanca	2.392	1.086	15 Ciudad Lineal	440	104
05 Chamartín	735	644	16 Hortaleza	299	155
06 Tetuán	434	10	17 Villaverde	519	373
07 Chamberí	1.116	205	18 Villa de Vallecas	555	204
08 Fuencarral – El Pardo	53	80	19 Vicálvaro	211	40

09 Moncloa – Aravaca	603	427	20 San Blas – Canillejas	522	380
10 Latina	1.060	795	21 Barajas	208	136

La actividad inspectora de 2025 supera la de 2024 en todas las dimensiones. Las actuaciones del conjunto de la red crecen de 12.798 a 15.458 (+20,8 %).

Seguridad de los productos · Red de Alerta

El sistema de Red de Alerta se activa cuando se detecta que un producto 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, con el fin de facilitar su localización y retirada del mercado.

Indicador Red de Alerta 2025	Resultado
Notificaciones tramitadas	366
Establecimientos visitados	1.365
Actas levantadas	1.286
Productos retirados del mercado	1.677

Oficina Municipal de Investigación de Consumo

La Oficina Municipal de Investigación de Consumo (OIC) desarrolla su actividad con el objetivo de reforzar la protección de los derechos e intereses legítimos de las personas consumidoras. Su labor se realiza tanto mediante investigaciones de oficio como en respuesta a las denuncias o reclamaciones formuladas por la ciudadanía. El ámbito de su actuación abarca la investigación de todos los hechos denunciados, tanto los que pueden, en su caso, suponer infracción de la normativa de consumo —presidida ésta fundamentalmente por el texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios, aprobado por el Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre, y la normativa sectorial complementaria— como los que pueden suponer

vulneración de la Ley 17/1997, de 4 de julio, de Espectáculos Públicos y Actividades Recreativas (en adelante, LEPAR).

Asimismo, la OIC como receptora de denuncias en materia de consumo analiza detalladamente los hechos denunciados que quedan fuera de su ámbito competencial para inhibir el conocimiento y la investigación de estos al órgano administrativo competente dentro del Ayuntamiento de Madrid o de otra Administración pública competente, especialmente a la Dirección General de Comercio, Consumo y Servicios de la Comunidad de Madrid.

En 2025, la OIC gestionó 223 denuncias. Considerando también las denuncias tramitadas por las unidades de consumo de los distritos, el total asciende a 1.761 denuncias.

	Oficina Investigación de Consumo del IMC	Total (IMC + distritos)
Denuncias gestionadas	223	1.761

Las denuncias se han recibido directamente por registro (BAREG) o han sido remitidas, entre otros, por el Servicio de Información al Consumidor, las unidades de consumo de los distritos, el Servicio de Arbitraje de Consumo, la 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.

En las actuaciones de investigación, inspección y comprobación que lleva a cabo la OIC, se realizan diversas labores, entre estas, las inspecciones *in situ* en los establecimientos denunciados o reclamados, requerimientos a las empresas —en 2025 ascendieron a más de 200 requerimientos— y las comunicaciones a los denunciantes del resultado de su denuncia.

Esta actividad de investigación finaliza con distintos tipos de informes o diligencias:

- **Diligencias de archivo.** Estas se extienden por distintos motivos debidamente razonados desde la doble perspectiva fáctica y jurídica. Entre otros, falta de prueba o insuficientes indicios para incoar el correspondiente procedimiento sancionador, falta de competencia material o territorial para proseguir la investigación y la prescripción de las infracciones detectadas en materia de consumo o de LEPAR.

En el ejercicio 2025, se han emitido **125** diligencias de archivo.

- **Informes motivados con propuesta de incoación de procedimiento sancionador.** Cuando queda acreditado mediante prueba suficiente que la empresa objeto de la reclamación o denuncia incurrió en infracción, se da traslado al departamento correspondiente de la propuesta de inicio de procedimiento sancionador.

En el ejercicio 2025 se han elaborado **21** propuestas de incoación de procedimiento sancionador

- **Informes motivados de inhibición de competencia.** Cuando el IMC no tiene competencia ni 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, se da traslado de los expedientes al órgano competente.

En 2025 estos han sido:

- La Dirección General de Comercio, Consumo y Servicios de la Comunidad de Madrid por limitación competencial por razón del territorio: cuando las empresas o la persona interesada no están domiciliadas en el término municipal de Madrid.
- En el supuesto de limitación por razón de la materia y atendiendo a la correspondiente legislación sectorial, se trasladan expedientes de denuncias a los siguientes órganos competentes para resolver:
 - Dirección General de Turismo, en materia de hostelería.
 - Consejería de Familia de la Comunidad de Madrid, en materia de servicios sociales.
 - Juntas Arbitrales de Transporte de la Comunidad de Madrid, en materia de mensajería y paquetería.
 - Secretaría General de Inspección de las Telecomunicaciones e Infraestructuras Digitales en materia de prestación de servicios regulados (telefonía, internet, comunicaciones electrónicas).
 - Fiscalía Provincial de Madrid, cuando se comprueban claros indicios de delito de fraude y/o estafa.

- **Informes motivados de inhibición con traslado de denuncias y reclamaciones a otros órganos o unidades del Ayuntamiento de Madrid.** Cuando la competencia está atribuida a éstos por los correspondientes Acuerdos

de la Junta de Gobierno de estructura de las distintas Áreas de Gobierno y delegación de competencias. Entre otros:

- Agencia de Actividades, en temas de accesibilidad de locales.
- Dirección General de la Edificación del Área de Gobierno de Urbanismo, Medio Ambiente y Movilidad, en 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 contra el que se dirija la denuncia, por ejemplo, en supuestos de omisión de las condiciones de salubridad e higiene exigibles y, en general, por el mal estado de conservación de los establecimientos o recintos.
- Dirección General de Gestión de Aguas y Zonas Verdes, en denuncias contra el parque de atracciones.

En el 2025 se han trasladado un total de 54 expedientes a otros órganos administrativos por limitación competencial y se encuentran en tramitación en la OIC 23 expedientes de reclamaciones o denuncias presentadas en 2025.

La actuación inspectora llevada a cabo durante 2025 ha permitido identificar responsabilidad administrativa por presuntos incumplimientos normativos principalmente en los siguientes sectores: telefonía, servicios inmobiliarios, alojamientos turísticos, alquiler de vehículos, transporte y paquetería, suministro y servicios a domicilio, comercialización de energía eléctrica y gas, comercio electrónico, telecomunicaciones y espectáculos públicos o actividades recreativas.

En materias sometidas a la LEPAR, la mayoría de las reclamaciones estaban relacionadas con cancelaciones y modificaciones de eventos.

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.

La OIC, al objeto agilizar la tramitación en la medida de lo posible, pone especial atención en el análisis previo del objeto de cada denuncia para la identificación temprana

de la competencia administrativa y posibilitar, de este modo, que puedan ser trasladadas al correspondiente órgano competente y dar así una respuesta rápida y eficaz a las personas consumidoras; con ello se evitan dilaciones innecesarias y se refuerza la eficiencia del servicio.

Asimismo, la OIC, amén de detectar los incumplimientos normativos en materia de consumo y LEPAR, pone el foco en las recomendaciones que se hacen a las distintas empresas para mejorar la información previa dada al consumidor y la adopción de medidas correctoras para prevenir la comisión de posibles infracciones, al objeto de avanzar en la salvaguarda de los derechos de los consumidores.

Expedientes sancionadores

Cuando la actividad inspectora —tanto la derivada de campañas programadas como la resultante de la investigación de denuncias— constata incumplimientos de la normativa de consumo, se procede a la incoación de los correspondientes expedientes sancionadores.

En 2025 se incoaron 867 expedientes sancionadores en el conjunto de la red, con una cuantía total de sanciones de 1.241.403 euros. Desglosando por origen, los expedientes derivados de campañas de inspección suponen 567, con 1.044.403 euros en sanciones, mientras que los derivados de la investigación de denuncias ascienden a 300, con 197.000 euros.

Origen	Expedientes	Importe
Campañas de inspección	567	1.044.403 €
Investigación de denuncias	300	197.000 €
TOTAL	867	1.241.403 €

Los 867 expedientes sancionadores incoados en 2025 —con una cuantía total de 1.241.403 euros— representan un salto significativo en la actividad sancionadora. Este aumento respecto del recogido en memorias de años precedentes se explica fundamentalmente por la incorporación del dato de la actividad sancionadora tramitada por las unidades de consumo distritales, que en 2025 aportan 762 expedientes (el 87,9 % del total).

En cuanto al desglose IMC/distritos, el Servicio de Inspección del IMC inició 105 expedientes (684.038 €), superando el objetivo previsto de 100, y los distritos incoaron los 762 restantes (557.365 €).

Origen	Expedientes IMC	Expedientes distritos
Campañas de inspección	81	486
Investigación de denuncias	24	276
Total expedientes	105	762
Importe total de las sanciones	684.038 €	557.365 €

Esta distribución es un reflejo de un control atomizado distribuido por todo el territorio municipal, centrándose la tramitación de expedientes sancionadores por parte del IMC en los derivados de inspecciones llevadas a efecto por el citado órgano o en los supuestos de infracciones graves inhibidas desde los distritos.

Así mismo, se resolvieron con desestimación los 9 recursos potestativos de reposición ante sanciones impuestas. 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 80 % de los casos, confirmando que las sanciones se ajustaban a derecho, y el 20 % fueron desfavorables.

La actividad sancionadora se enmarca en el enfoque preventivo y corrector que caracteriza la actuación inspectora municipal. 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 2025 reuniones técnicas con asociaciones empresariales, entidades y organismos públicos, con el fin de reforzar la colaboración institucional y facilitar el cumplimiento normativo.

Control de la publicidad engañosa. Convenio con AUTOCONTROL

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.

2

DIVULGACIÓN



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 2025, 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), 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 IMC: 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.

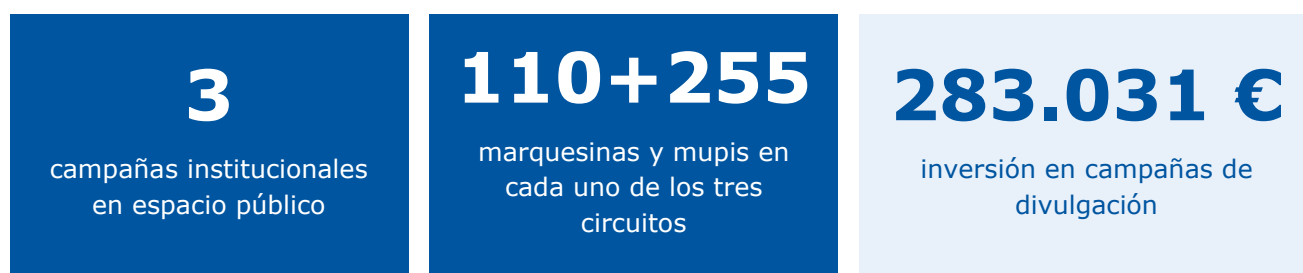
A lo largo del año se han lanzado diversas **campañas informativas en mobiliario urbano y soportes digitales**, orientadas a informar sobre los servicios disponibles para la ciudadanía en materia de consumo y fomentar el consumo sostenible y responsable.

Campaña de educación financiera

En cumplimiento de los compromisos adquiridos y en el ejercicio de las competencias asignadas, se ha desarrollado durante el año 2025 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. Ello se ha llevado a efecto mediante la publicación en la web y en las redes sociales institucionales de información y vídeos divulgativos sobre cuestiones clave de educación financiera, como el uso de tarjetas bancarias, créditos al consumo o planes de pensiones. Todo ello con el objetivo de difundir de forma clara conceptos financieros fundamentales para la prevención de situaciones de contratación no informada.

Además, como parte de esta campaña, se ha trabajado en la creación de la Escuela Municipal de Consumo, que tiene como eje clave la educación financiera. Durante 2025 se han puesto los cimientos sobre los que se desarrollará este proyecto de unificación y coordinación de la información y formación en materia de consumo, con especial atención a colectivos vulnerables, en un espacio único.

Campañas institucionales en espacios públicos y medios de comunicación



Campaña de divulgación de los servicios de consumo

En 2025 el IMC desarrolló una estrategia de divulgación, combinando presencia en mobiliario urbano, medios de comunicación convencionales y canales digitales, con el objetivo de reforzar el conocimiento de los derechos de las personas consumidoras y la visibilidad de los servicios municipales disponibles.

Campaña *Consuma Confianza*

En el mes de abril del 2025 se lanzó un refuerzo de la campaña realizada en el último trimestre del año anterior. En esta ocasión, la difusión se llevó a cabo mediante un circuito de 110 marquesinas y 225 mupis, entre el 10 y el 16 de abril.



Campaña *Reclamamos contigo*



En el último trimestre del año se ejecutó la campaña *Reclamamos contigo*, desplegada en dos fases.

La primera, del 2 al 9 de noviembre, ocupó un circuito de 110 marquesinas. La segunda, del 10 al 23 de noviembre, amplió la cobertura con un circuito adicional de 110 marquesinas, un circuito de 255 mupis y un circuito de mupis digitales activo desde el 3 de noviembre. La campaña se exhibió asimismo en las pantallas digitales de la Escena Encendida de la Gran Vía entre el 3 y el 16 de noviembre.

La presencia en espacio público se complementó con una planificación en medios de comunicación que incluyó inserciones en **prensa escrita y digital** y cuñas en **radio**. El conjunto de estas actuaciones supuso una inversión de **283.031 euros**.

Campaña de fomento del consumo responsable y de proximidad

Dentro de las acciones de fomento del consumo responsable, y con ocasión del Día Mundial de los Derechos de las Personas Consumidoras, se difundió la campaña que, bajo el lema **“Orgullosamente cercano, fresco y humano”**, se orientó a promover los valores asociados al comercio de proximidad, sostenible y humano.

Esta campaña se difundió entre los días 10 y 16 de marzo en un circuito de 110 marquesinas y 225 mupis repartidos por distintos puntos de la ciudad, con el fin de dar una amplia visibilidad al mensaje en entornos de tránsito habitual de la ciudadanía.



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.

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 concreto, se han realizado **170 actualizaciones** en los contenidos específicos de la OMIC, dato que constituye un indicador recogido en su Carta de Servicios.

En el apartado dirigido a las personas consumidoras, se han introducido nuevos contenidos de información en la web de la OMIC dedicados a las ofertas hasta agotar *stock* y la incidencia de la nueva tasa de basura en los contratos de alquiler de vivienda.

Se ha actualizado la información de la web municipal conforme a las actualizaciones normativas y de tarifas producidas a lo largo del año, principalmente en los sectores relativos a suministros energéticos (gas y electricidad). Asimismo, se ha ido actualizando el promocional del web dedicado a suministros energéticos, como todas las novedades normativas, en cuanto a bono social, peajes, impuestos, mecanismo de ajuste de electricidad, transparencia y los cambios normativos en la factura de gas natural

En el espacio dedicado al Sistema Arbitral de Consumo, se ha procedido a actualizar el listado de empresas adheridas.

En el apartado correspondiente a los códigos de buenas prácticas, se ha iniciado la adaptación de los 19 códigos sectoriales publicados a un formato simplificado y centrado en los compromisos de calidad.

Por último, en el área destinada al sector empresarial, se han incluido los protocolos de todas las campañas de inspección programadas para 2025, así como los resultados de las campañas ejecutadas en el ejercicio anterior.

A petición de la unidad coordinadora y siguiendo sus indicaciones, durante el ejercicio 2025 se ha continuado trabajando en diversas tareas de adaptación y revisión en la aplicación WEM, con motivo del proceso de migración a su nueva versión.

Promocionales destacados en la web

Un recurso especialmente utilizado durante 2025 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 **8 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 2025:

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 (2 actualizaciones).

Día Mundial de los Derechos de las Personas Consumidoras.

Nota informativa sobre el apagón masivo.

Black Friday.

Rebajas.

Información sobre la tasa de recogida de residuos en los contratos de alquiler de vivienda.

Vídeos divulgativos

La publicación en la web de vídeos de corta duración o píldoras informativas continúa siendo una forma de divulgación de cuestiones clave en materia de consumo, con un formato accesible y lenguaje claro. Estos vídeos se centran en la explicación de derechos y obligaciones en situaciones habituales de consumo. Entre los temas tratados en esta colección de vídeos se incluyen cuestiones relacionadas la educación financiera, 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 objetivo de garantizar la accesibilidad universal y facilitar el acceso a la información y formación en materia de consumo a todas las personas, 26 de estos vídeos se encuentran traducidos a lengua de signos española. 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.

Por otra parte, se encuentran publicados en la web **10 vídeos específicamente adaptados para personas con trastornos 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	DEVOLUCIÓN/DESISTIMIENTO
PRODUCTOS DEFECTUOSOS	GASTOS DEVOLUCIÓN
PUBLICIDAD	PAGO CON TARJETA
SOLUCIÓN ANTE DEFECTOS	JUSTIFICANTE DE COMPRA
RECLAMACIÓN GARANTÍA	RECLAMACIONES

Asimismo, se mantienen publicados contenidos en formato más dinámico y ágil, pensada para el público joven, con **11 vídeos 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	ARBITRAJE DE CONSUMO
DERECHO DESISTIMIENTO	HOJAS DE RECLAMACIONES
TARJETAS BANCARIAS	PRODUCTOS DEFECTUOSOS
CUENTA CORRIENTE EN BANCOS	PUBLICIDAD
OTRAS FORMAS DE PAGO	RECLAMACIÓN DE GARANTÍA
OMIC	

Todos estos vídeos se utilizan también como material de soporte para su publicación en las redes sociales institucionales del IMC.

Redes sociales del Instituto Municipal de Consumo

Las redes sociales institucionales gestionadas por el actual IMC —X (antiguo Twitter), Instagram, Facebook y YouTube, bajo el identificador común #consumomadrid— siguen consolidándose 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.

902

publicaciones en redes sociales

129 %

grado de ejecución sobre el indicador previsto

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 social durante el ejercicio 2025:



Instagram

[instagram.com/consumomadrid/](https://www.instagram.com/consumomadrid/)

Durante el año 2025, se han realizado **260 publicaciones** en esta plataforma.



Facebook

[facebook.com/consumomad](https://www.facebook.com/consumomad)

Durante 2025, se han registrado **231 publicaciones** en la cuenta institucional.



X (anteriormente Twitter)

[x.com/consumomadrid](https://www.x.com/consumomadrid)

En esta red se han publicado un total de **347 contenidos**, lo que la convierte en el canal con mayor volumen de actividad durante el año.



YouTube

[youtube.com/@consumomadrid1983](https://www.youtube.com/@consumomadrid1983)

La cuenta de YouTube, también puesta en marcha durante 2025, ha iniciado su actividad con la publicación de **14 vídeos divulgativos**.

Elaboración de material divulgativo

A lo largo del año se elaboraron diversos materiales divulgativos sobre temáticas generales y sectoriales de consumo: folletos, guías, cartelería y contenidos digitales en formato audiovisual. La elaboración y difusión de materiales divulgativos constituye una herramienta clave en la estrategia de comunicación del IMC, orientada a facilitar el acceso de la ciudadanía a información clara, actualizada y útil en materia de consumo. Estos contenidos son utilizados en diversos canales de atención, campañas informativas y programas de proximidad.

Carteles y folletos

Los 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.

En 2025 se han impreso 15.000 ejemplares del folleto **“Obligaciones en los establecimientos”**, enfocada a la información al sector empresarial de las principales obligaciones en materia de consumo, y otros 15.000 ejemplares del díptico **“Diez claves para conocer tus derechos sobre consumo”**, uno de los folletos que mayor difusión tiene entre la ciudadanía.

Por otra parte, además de los carteles para su difusión en las campañas de divulgación de los servicios de consumo, durante el año 2025 se imprimieron carteles para su distribución en establecimientos adheridos a códigos de buenas prácticas. En concreto, 100 carteles para el sector de mudanzas y guardamuebles, 200 para el de restauración y ocio nocturno, 100 para el sector de las cerrajerías y 100 para el de la reparación de electrodomésticos.

Asimismo, se imprimieron, también para su distribución en establecimientos adheridos, 50 ejemplares del código de buenas prácticas del sector de las mudanzas y los guardamuebles, 200 del código del sector de la restauración y el ocio nocturno, 50 del sector de las cerrajerías y 200 códigos de buenas prácticas del sector de la reparación de electrodomésticos.

Premio Consumo Responsable Ciudad de Madrid

En 2025 se celebró la primera edición de los **Premios Consumo Responsable Ciudad de Madrid**, una iniciativa del Ayuntamiento de Madrid destinada a reconocer buenas prácticas, proyectos e iniciativas que contribuyen a promover un consumo consciente, la defensa de los derechos de las personas consumidoras y la inclusión social.

Los premios se articularon en tres categorías: buenas prácticas empresariales para la formación y protección de las personas consumidoras; acciones dirigidas a favorecer la accesibilidad de personas con discapacidad cognitiva en el ejercicio de sus derechos, y relato juvenil sobre educación en consumo responsable, bajo el lema **“Mis derechos como persona consumidora”**.

En esta primera edición fueron premiados la **Asociación de Empresarios Mayoristas de Pescado de Madrid**, por sus buenas prácticas empresariales en materia de consumo responsable; **Club Autism Friendly**, por su labor en favor de la accesibilidad y la

inclusión de personas con discapacidad cognitiva, y **Ana Orol Bermúdez**, alumna del Colegio de Fomento Montealto, autora del mejor relato juvenil.

Con esta iniciativa, el Ayuntamiento de Madrid refuerza su compromiso con la promoción de hábitos de consumo responsables, la protección efectiva de los derechos de las personas consumidoras y la participación activa de empresas, entidades sociales y jóvenes en la construcción de una ciudad más consciente, justa e inclusiva.

3

FORMACIÓN



Durante el año 2025, 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 2025, 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.

El programa formativo del IMC se articula en dos grandes líneas: la formación dirigida a personas consumidoras —escolares, adultos y personas mayores— y la formación dirigida al sector empresarial. Ambas se desarrollan a través de acciones presenciales en todos los distritos de la ciudad, con metodologías adaptadas a cada público y con una orientación práctica que conecta los contenidos con situaciones reales del mercado.

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.

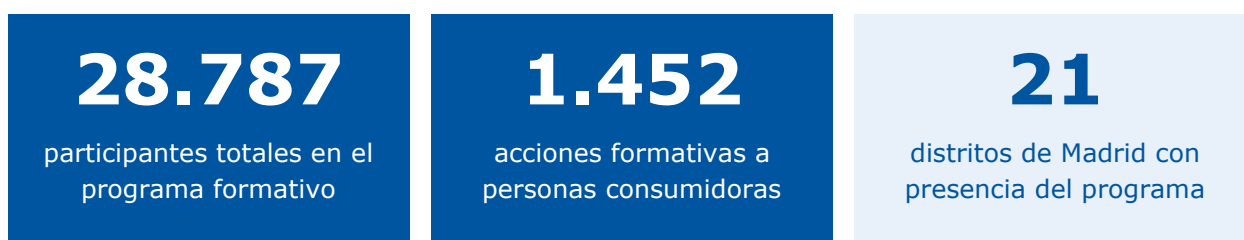
En cuanto a la **formación específica para el personal municipal**, se ha coordinado, previa consulta con los distritos, una programación de cursos destinados a la mejora continua de los servicios municipales mediante la actualización de conocimientos en materia de consumo. Estas acciones formativas 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 a personas consumidoras se ejecutó en 2025 con un total de 2.202 acciones formativas, desarrollándose en los dos ámbitos que configuran la relación de consumo: las personas consumidoras y el sector empresarial.

Acciones formativas dirigidas a personas consumidoras

En total, se han llevado a cabo **1.452 acciones**, distribuidas en tres líneas —talleres escolares, sesiones formativas para adultos y puntos informativos en centros de mayores— con especial atención a colectivos vulnerables. En conjunto, el programa alcanzó a **28.787 participantes** a lo largo del año.



	Acciones	Participantes	Hombres	Mujeres
Personas consumidoras				
Talleres de consumo	1.320	26.710	13.676	13.034
Yincanas de consumo	6	50	24	26
Supermercado itinerante	15	147	81	66
Sesiones formativas para personas adultas	72	1.213	504	706
Puntos informativos en centros municipales de personas mayores	39	667	265	402

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 51 % de hombres y un 49 % de mujeres, lo que refleja un grado muy elevado de paridad.

Talleres escolares

La formación en consumo desde edades tempranas constituye una importante apuesta del IMC, una inversión para un consumo informado y responsable. Por esa razón, el programa de talleres escolares se incorpora a este bloque como una de las acciones de mayor alcance del IMC en materia de protección de personas consumidoras.

Durante 2025 se impartieron **1.320 talleres** en **141 centros educativos** de los 21 distritos de Madrid, con una participación total de **26.710 personas**: 3.560 de Educación Infantil, 17.260 de Educación Primaria y 5.890 de Educación Secundaria, Bachillerato y Formación Profesional.



Las temáticas abordadas van desde la formación en materia de distintos aspectos relacionados con los derechos de las personas consumidoras hasta la educación financiera, adaptándose en cada caso al nivel educativo del grupo. En concreto, se han impartido un total de 33 talleres sobre **educación financiera**.

El programa se desarrolló en centros de los 21 distritos. Se recoge a continuación la distribución de talleres ejecutados en cada uno de ellos con indicación del número de participantes.

Distrito	Talleres ejecutados	Participantes
01 Centro	54	1.029
02 Arganzuela	64	1.318
03 Retiro	11	217
04 Salamanca	24	480
05 Chamartín	72	1.350
06 Tetuán	22	443

07 Chamberí	54	1.059
08 Fuencarral-El Pardo	58	1.129
09 Moncloa-Aravaca	55	1.086
10 Latina	115	2.339
11 Carabanchel	111	2.268
12 Usera	46	966
13 Puente de Vallecas	116	2.359
14 Moratalaz	35	657
15 Ciudad Lineal	58	1.155
16 Hortaleza	69	1.459
17 Villaverde	132	2.637
18 Villa de Vallecas	101	2.213
19 Vicálvaro	23	402
20 San Blas-Canillejas	91	1.901
21 Barajas	9	243
TOTAL	1.320	26.710

La valoración media global obtenida en las fichas evaluativas del profesorado fue de **4,81 sobre 5**. El ítem mejor puntuado fue la capacidad del monitor para generar participación (4,95), seguido de la calidad de la exposición (4,91) y el dominio de la materia (4,89). La valoración fue creciente según el nivel educativo: 4,75 en Infantil, 4,80 en Primaria y 4,90 en Secundaria.

Acciones formativas para personas con discapacidad

El programa de formación en consumo reserva un espacio específico para colectivos con discapacidad a través de dos modalidades adaptadas: las **yincanas de consumo** y el

supermercado itinerante. Ambas propuestas parten de una metodología lúdica y participativa, diseñada para trabajar conceptos como el etiquetado de productos, la compra responsable, el presupuesto previo y la formulación de reclamaciones en entornos accesibles y significativos para sus participantes.



En 2025 se ejecutaron **6 yincanas** y **15 supermercados itinerantes** en centros de educación especial de los distritos de Carabanchel, Latina y Puente de Vallecas, con un total de **197 participantes**.

Las yincanas alcanzaron una valoración media de **5 sobre 5**; los supermercados, de **4,65**. Los aspectos más valorados por el personal docente fueron la adaptación del contenido a los participantes y la capacidad de los monitores para lograr su implicación activa —dos indicadores que apuntan directamente a la calidad de la adaptación metodológica—.

Sesiones formativas para adultos

Las sesiones formativas para adultos se desarrollaron en **14 centros de educación de personas adultas** de **11 distritos**. Se impartieron **72 sesiones** de dos horas cada una, con un total de **1.213 participantes** —el 58 % mujeres y el 42 % hombres—.

Distrito	Sesiones ejecutadas	Participantes
02 Arganzuela	14	163
06 Tetuán	7	128
08 Fuencarral-El Pardo	5	61
10 Latina	2	23
11 Carabanchel	12	230
13 Puente de Vallecas	7	112

15 Ciudad Lineal	4	84
16 Hortaleza	1	5
19 Vicálvaro	3	79
20 San Blas	16	321
21 Barajas	1	7
TOTAL	72	1.213

La temática más impartida fue medios de pago y nuevas tecnologías (16 sesiones, 271 participantes), seguida de consumo sostenible de productos y servicios (10 sesiones) y publicidad y medios de comunicación (9 sesiones).

Temática	Ejecutadas	Participantes
Medios de pago y nuevas tecnologías	16	271
Consumo sostenible de productos y servicios	10	164
Publicidad y medios de comunicación	9	132
Salud y seguridad de los productos	5	118
Comercio electrónico	6	94
Consumo y alimentación sostenible: desperdicio alimentario	5	94
La factura del agua, de la luz y del gas	4	76
Educación financiera: banca, seguros y finanzas	5	60
Saber comprar	2	51
Gestión de la economía doméstica	2	49
Uso sostenible de la energía. Ahorro y eficiencia energética	3	41
Minimización, separación y reciclaje de residuos	2	27
Los derechos generales de los consumidores	2	12

Ocio, juegos y juguetes	1	24
TOTAL	72	1.213

La valoración media de las sesiones fue de **4,91 sobre 5**, con la mayoría de las temáticas puntuadas con el máximo de 5.

Puntos informativos en centros de mayores

El programa de información y formación dirigido a personas mayores se articula mediante puntos informativos instalados en centros de mayores de los 21 distritos. En 2025 se desarrollaron **39 acciones**, entre el 22 de abril y el 14 de noviembre, de tres horas cada una.



En cada punto se atendieron consultas, se distribuyó la guía *Las personas mayores y el consumo* —**7.800 ejemplares**— y el folleto de la OMIC —**2.500 unidades**—, con el fin de acercar la información práctica sobre cómo ejercer sus derechos como personas consumidoras, en un formato con buena acogida en el colectivo.

En total, se recogieron **667 encuestas** sobre hábitos y necesidades de consumo del colectivo.

Los problemas de consumo más frecuentes entre los mayores encuestados se concentran en el sector servicios (38 %), seguido de suministros (30 %) y bienes (19 %).

Distrito	Acciones realizadas	Encuestas recogidas
01 Centro	2	29
02 Arganzuela	2	31
03 Retiro	2	33
04 Salamanca	1	18
05 Chamartín	2	36
06 Tetuán	1	18

07 Chamberí	1	16
08 Fuencarral	2	32
09 Moncloa	2	49
10 Latina	2	33
11 Carabanchel	3	51
12 Usera	2	30
13 Puente de Vallecas	2	32
14 Moratalaz	2	36
15 Ciudad Lineal	2	31
16 Hortaleza	2	33
17 Villaverde	3	49
18 Villa de Vallecas	2	32
19 Vicálvaro	2	47
20 San Blas	1	15
21 Barajas	1	16
TOTAL	39	667

Acciones formativas al sector empresarial

El programa de formación dirigido a comerciantes y empresarios tiene por objeto reforzar el conocimiento de la normativa de consumo en el tejido comercial de la ciudad y fomentar la adhesión al **Sistema Arbitral de Consumo** y a los **códigos de buenas prácticas**.

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 2025 se realizaron **750 visitas personalizadas** a establecimientos comerciales en cinco zonas de la ciudad, entre el 3 de marzo y el 15 de julio, con una duración de entre 15 y 20 minutos por visita.

Las zonas visitadas fueron Puente de Vallecas (76 establecimientos), Villa de Vallecas (110), Usera (224), Chamberí-Trafalgar (154) y Chamberí-Gaztambide (186).

Zona	Establecimientos visitados
Puente de Vallecas	76
Villa de Vallecas	110
Usera	224
Chamberí-Trafalgar	154
Chamberí-Gaztambide	186
TOTAL	750

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, en virtud de un convenio, ha seguido teniendo continuidad desde entonces. En 2025, entre los meses de enero y mayo, y entre octubre y diciembre, se organizó, en coordinación con el Colegio Notarial de Madrid, un **ciclo de ocho 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:

- Cómo preservar el patrimonio en las últimas etapas de la vida.
- Autonomía personal y jurídica en la vejez y en la discapacidad. Ejercicio de los derechos y medidas de apoyo para las personas con discapacidad.

- La importancia de los poderes notariales en situaciones de discapacidad.
- La importancia de los pactos asistenciales.
- Matrimonio, divorcio y parejas de hecho.
- Compra y alquiler de la vivienda.
- La importancia de otorgar testamento: diferencias entre el testamento patrimonial y el testamento vital, consejos prácticos, cláusulas especiales, desheredación y renuncia, la aceptación de la herencia a beneficio de inventario.
- Instrumentos jurídicos para preservar la seguridad patrimonial en las últimas etapas de la vida.

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.

Colaboración con la Asociación Española de Banca (AEB) y la Fundación AEB

Es de interés público para el Ayuntamiento de Madrid seguir manteniendo mecanismos de colaboración con asociaciones, entidades u organismos que apuesten firmemente por dotar a la sociedad de herramientas de formación y de información que faciliten a las personas consumidoras desenvolverse con la mayor seguridad posible en los entornos financieros y digitales.

El objeto de este convenio fue establecer un marco de colaboración entre el Ayuntamiento de Madrid, la AEB y la Fundación AEB que fomente y promueva la información y la formación de las personas consumidoras en materia de educación financiera, acceso digital a los servicios bancarios y ciberseguridad, favoreciendo el intercambio de información y experiencias entre las partes.

Formación interna. Cursos específicos sobre consumo

En colaboración con la Escuela de Formación Madrid Talento se proponen y coordinan cursos específicos sobre consumo dirigidos al personal que trabaja en la defensa de los derechos de las personas consumidoras. Esta acción formativa continua tiene como objetivo fundamental reforzar la calidad de los servicios públicos de consumo, aumentando su preparación y responsabilidad y ayudando a consolidar prácticas más justas, a través del conocimiento y capacitación técnica para el mejor desarrollo de su

labor de atención a través de la OMIC y en las labores de información, arbitraje e inspección.

En algunos de los cursos mantenemos un enfoque más amplio, dirigiéndose al conjunto de la plantilla municipal en general, para mejorar el conocimiento sobre los derechos de las personas consumidoras y de fomentar un consumo responsable de productos y servicios. Como el curso "Tú eres consumidor, ¿conoces tus derechos cuando compras un producto o te prestan un servicio? Aquí tienes la solución". Debido a su alta demanda y aceptación, se han realizado tres ediciones en 2025.

Además de los dos anteriores, se coordinaron los siguientes cursos específicos en materia de consumo: "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"; "Protección de los consumidores en la contratación de bienes y servicios no personalizados", e "Inspección de páginas web".

Por último, se ha continuado impartiendo la actividad formativa "Técnicas para mejorar la accesibilidad a personas dentro del espectro autista en puntos de atención a la ciudadanía", ampliando los destinatarios del curso al posibilitar su solicitud por parte de todo el personal del Ayuntamiento de Madrid con funciones de atención al público, lo que ha contribuido tanto a mejorar la atención prestada a las personas de este colectivo como a incrementar la concienciación y sensibilización hacia él.

Con ello se pretende dar cumplimiento al mandato legal según el cual los poderes públicos promocionarán políticas y actuaciones tendentes a garantizar los derechos de los consumidores vulnerables en condiciones de igualdad.

En total se han realizado **12 ediciones** con un total de **191 horas lectivas**, en las que han participado **255 alumnos**.

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
Tú eres consumidor. ¿Conoces tus derechos cuando compras un producto o te prestan un servicio?	3	45	60
Protección de los consumidores en la contratación de bienes y servicios no personalizados	1	25	20
Inspección de páginas web	2	22	40
Competencias en reclamaciones de consumo	2	40	40

Criptoactivos y la identidad digital	1	21	25
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

Además, en el marco del plan de formación continua interadministrativo PFCI 2025 del Ministerio de Consumo, las Direcciones Generales de Consumo de las comunidades autónomas organizan diferentes cursos a los que pueden acceder todas las Administraciones públicas con competencias en consumo. En 2025, se ofertaron 7 actividades formativas.

4

DIGITALIZACIÓN



La transformación digital constituye una línea estratégica para la modernización de los servicios municipales de consumo. Su finalidad es mejorar la relación de la ciudadanía con la Administración, facilitar el acceso a los servicios públicos, optimizar la gestión interna de los procedimientos y reforzar la capacidad de análisis de la información generada por la actividad del IMC.

Durante el ejercicio 2025, el IMC ha continuado avanzando en este proceso de modernización mediante actuaciones orientadas a consolidar los canales electrónicos de atención, mejorar la explotación de los datos disponibles e incorporar herramientas digitales en ámbitos específicos de actuación.

Estas actuaciones sientan las bases para un modelo de gestión más ágil, accesible y eficiente, basado en un uso más intensivo de la información y en la integración progresiva de herramientas tecnológicas en los distintos servicios.

En los próximos ejercicios, la consolidación de estos avances permitirá profundizar en la automatización de procesos, mejorar la capacidad de análisis y reforzar la accesibilidad de los servicios, garantizando que la transformación digital se traduzca en una mejora efectiva de la protección de los derechos de las personas consumidoras.

Consolidación del canal electrónico de atención

El canal electrónico se consolida como una de las principales vías de acceso de la ciudadanía a los servicios municipales de consumo, tanto para la presentación de expedientes como para la formulación de consultas. Esta evolución refleja un cambio estructural en los hábitos de relación con la Administración y confirma la necesidad de seguir reforzando canales ágiles, accesibles y compatibles con una atención personalizada.

En 2025, el 43,37 % de los expedientes de gestión se presentó por vía telemática, el porcentaje más alto desde que se dispone de registros y prácticamente equivalente al máximo alcanzado en 2022, situado en el 43,24 %. El incremento respecto a 2024, cuando el canal telemático representó el 37,68 %, pone de manifiesto la consolidación de esta vía como opción preferente para un número creciente de personas consumidoras.

Esta tendencia se aprecia también en la atención informativa de la OMIC Central. Durante 2025 se gestionaron 11.110 consultas a través del correo electrónico institucional, frente a las 10.440 del ejercicio anterior. Este canal concentró el 74,42 % de las consultas atendidas en la OMIC Central y el 100 % de las solicitudes recibidas por esta vía fue respondido en un plazo inferior a cinco días hábiles, superando el objetivo del 85 % previsto en la Carta de Servicios.

Estos datos evidencian que la digitalización no solo amplía las posibilidades de acceso a los servicios, sino que contribuye a mejorar la rapidez de respuesta, optimizar la gestión de la demanda y reducir la necesidad de desplazamientos. No obstante, junto a la consolidación de los canales electrónicos se mantiene el compromiso de garantizar una atención presencial y telefónica adecuada, especialmente para aquellas personas que precisan apoyo personalizado o que pueden encontrarse en situación de brecha digital.

Desarrollo de herramientas de análisis y explotación de datos

En 2025 se han iniciado los trabajos para la implantación de cuadros de mando basados en la herramienta Power BI, que permitirán la explotación sistemática de los datos generados tanto por el IMC como por las unidades de consumo de los distritos.

Estos desarrollos suponen un avance significativo hacia un modelo de gestión basado en el dato, facilitando el seguimiento en tiempo real de la actividad, la identificación de tendencias y la detección temprana de problemas emergentes en el ámbito del consumo.

La disponibilidad de esta información permitirá, en los próximos ejercicios, mejorar la planificación de las actuaciones, contribuyendo así a una toma de decisiones más informada y eficaz.

Digitalización de la función inspectora

Durante el ejercicio 2025 se han iniciado los trabajos para la incorporación de herramientas digitales en la actividad inspectora, en el marco del proyecto municipal SIMUN. Este proyecto tendrá continuidad en los próximos años y supone la progresiva sustitución de la cumplimentación de actas en papel por el uso de dispositivos digitales en las actuaciones sobre el terreno.

El proyecto prevé que el personal inspector pueda utilizar tabletas durante las visitas de inspección, con protocolos de actuación previamente cargados y acceso a un censo de establecimientos georreferenciado. Esta evolución permitirá normalizar la recogida de información, facilitar la cumplimentación de los protocolos de inspección y mejorar la disponibilidad de los datos obtenidos en las actuaciones realizadas.

La digitalización de esta fase operativa supone un avance relevante en la modernización de la función inspectora municipal. Además de reducir la dependencia del soporte papel, favorecerá una mayor homogeneidad en la información recabada, facilitará su posterior tratamiento y contribuirá a mejorar la planificación de futuras campañas y actuaciones de control de mercado.

Mejora de la comunicación digital y de los contenidos informativos

En el ámbito de la comunicación digital, en 2025 se ha contratado una extensión de la web corporativa del Ayuntamiento de Madrid destinada a ofrecer información específica sobre las actividades de la Escuela Municipal de Consumo, presentada en marzo de 2026. Así en los últimos meses de 2025 se han iniciado los trabajos para ofrecer este nuevo espacio que permitirá centralizar y dar mayor visibilidad a la oferta formativa en materia de consumo, facilitando el acceso de la ciudadanía a contenidos educativos y divulgativos adaptados a diferentes perfiles. Este proyecto se consolidará en los próximos años.

La mejora de los canales digitales de información refuerza el papel del IMC como agente activo en la promoción de un consumo informado y responsable, ampliando el alcance de sus actuaciones más allá de la atención directa.

5

**GOBERNANZA, COORDINACIÓN
Y COOPERACIÓN INSTITUCIONAL**

Colaboración y coordinación con los distritos

La actividad desarrollada por las unidades de consumo de los distritos se encuentra estrechamente vinculada con las competencias atribuidas al IMC en materia de coordinación técnica, planificación inspectora y homogeneización de criterios de actuación. En particular, el 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, atribuye a los servicios de consumo del Área, entre otras funciones, la elaboración, coordinación y evaluación de campañas de inspección, la fijación de directrices y criterios técnicos de obligado cumplimiento para todos los servicios municipales de consumo, así como el impulso de la coordinación e interlocución con los distritos.

En este marco, durante el ejercicio 2025 el IMC ha reforzado la coordinación con las unidades de consumo de los 21 distritos, tanto en el ámbito de la atención ciudadana prestada por las Oficinas Municipales de Información al Consumidor como en la actividad inspectora y de control de mercado. Esta coordinación resulta esencial para garantizar una actuación homogénea en todo el municipio, asegurar la aplicación uniforme de la normativa de consumo y consolidar un modelo común de protección de los derechos de las personas consumidoras en la ciudad de Madrid.

Ronda de visitas institucionales y técnicas a los distritos

Como actuación destacada del ejercicio, en 2025 se llevó a cabo una ronda de visitas a los 21 distritos por parte del director general y la subdirectora general de consumo del IMC. Estas visitas tuvieron como finalidad reforzar la interlocución directa con los equipos responsables de consumo en los distritos, conocer de primera mano su actividad ordinaria, identificar necesidades organizativas o técnicas y avanzar en una coordinación más próxima entre el IMC y la estructura territorial del Ayuntamiento.

En la medida de lo posible, las reuniones contaron con la participación de las personas responsables de las unidades de consumo y de las divisiones de OMIC, así como de representantes de la organización distrital —coordinación del distrito, secretaría y servicios a la ciudadanía—, lo que permitió abordar de forma conjunta cuestiones relacionadas con la atención a las personas consumidoras, la actividad inspectora, la aplicación de criterios técnicos y la mejora de los canales de comunicación interna.

Las visitas se desarrollaron conforme al siguiente calendario:

DISTRITO	FECHA VISITA
01 CENTRO	05/05/2025
02 ARGANZUELA	26/03/2025
03 RETIRO	21/05/2025
04 SALAMANCA	07/04/2025
05 CHAMARTIN	20/03/2025
06 TETUAN	03/04/2025
07 CHAMBERÍ	03/11/2025
08 FUENCARRAL-EL PARDO	03/04/2025
09 MONCLOA ARAVACA	25/11/2025
10 LATINA	09/09/2025
11 CARABANCHEL	09/09/2025
12 USERA	03/07/2025
13 PUENTE VALLECAS	26/06/2025
14 MORATALAZ	30/07/2025
15 CIUDAD LINEAL	25/09/2025
16 HORTALEZA	25/09/2025
17 VILLAVERDE	11/07/2025
18 VILLA VALLECAS	16/07/2025
19 VICALVARO	16/09/2025
20 SAN BLAS-CANILLEJAS	30/07/2025
21 BARAJAS	04/06/2025

Coordinación de la actividad inspectora y de control de mercado

Durante 2025 se programó la totalidad de la actuación inspectora que debían desarrollar los servicios de inspección de consumo del Ayuntamiento de Madrid, incluyendo la definición de campañas y la elaboración de los correspondientes protocolos de actuación.

Con el fin de asegurar una planificación coordinada, se celebró una reunión con representantes de las unidades de consumo de los 21 distritos, en la que se analizaron las materias que requerían una puesta en común para garantizar una actuación homogénea en todo el municipio. En este marco se definieron las campañas que debían desarrollar los distritos durante el ejercicio, referidas a ámbitos diversos de especial 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 de peluquerías y productos a la venta.

Cabe destacar la participación 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 las personas consumidoras mediante el control de artículos potencialmente peligrosos.

A lo largo del ejercicio se mantuvieron, además, cuatro reuniones técnicas con representantes de las unidades de consumo y de las divisiones de OMIC de los 21 distritos. Estas reuniones sirvieron como espacio de coordinación, intercambio de experiencias y resolución de dudas, incorporando en sus órdenes del día aquellas cuestiones 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.

Canales de comunicación y coordinación técnica

Durante 2025 se ha mantenido 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 permite facilitar el acceso compartido a documentos de referencia, planes y programas de actuación, memorias de actividad, informes técnicos, instrucciones y procedimientos, contribuyendo a reforzar la homogeneidad de los criterios de actuación en materia de consumo.

Asimismo, el foro de trabajo incluido en este entorno permite plantear consultas sobre criterios de actuación y formular propuestas de mejora en los protocolos de campaña. Las aportaciones recibidas son valoradas por el Servicio de Inspección de Consumo y, cuando procede, incorporadas a los protocolos y documentos definitivos, favoreciendo una mejora continua basada en la colaboración técnica y en la experiencia compartida.

Como complemento a este canal, durante 2025 se iniciaron los trabajos para la creación de una página de SharePoint denominada **Portal Consumo**, concebida como un espacio común de información para el personal de los servicios de consumo del Ayuntamiento de Madrid. Su objetivo es centralizar y facilitar el acceso a contenidos de interés profesional, tales como modificaciones legislativas, consultas y criterios de inspección, folletos, vídeos y otros materiales divulgativos, así como documentación técnica de apoyo para el desarrollo de las funciones de información, intermediación e inspección.

La puesta en marcha de este portal permitirá avanzar hacia un modelo más integrado de gestión del conocimiento, facilitando que los profesionales de consumo de todo el Ayuntamiento dispongan de información actualizada, homogénea y accesible desde un único entorno digital.

Distribución de documentación técnica de apoyo

A lo largo de 2025 se mantuvo de forma continuada la distribución de documentación técnica a las unidades de consumo de los distritos, con el objetivo de proporcionar apoyo permanente a su labor diaria y reforzar la seguridad jurídica de sus actuaciones.

En este marco, se remitieron periódicamente resoluciones judiciales dictadas en relación con 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. Asimismo, se continuó difundiendo la revista mensual de AUTOCONTROL sobre publicidad, los boletines y comunicaciones recibidos a través de la Unidad de Apoyo a las Entidades Locales y los boletines mensuales de novedades de la Comunidad de Madrid.

Como complemento, se elaboraron y distribuyeron índices de las disposiciones normativas publicadas en el BOE, el BOCM y el DOUE, seleccionando aquellas con posible repercusión en materia de consumo. Esta labor permite a las unidades distritales disponer de una visión actualizada y sistemática de la evolución normativa, técnica y jurisprudencial que puede incidir en el ejercicio de sus funciones.

El Consejo Sectorial 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 de los demás vocales que lo integran. 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 indicaba 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 el 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.

Como consecuencia de lo anterior, el 2 de junio de 2025 tuvo lugar la sesión constitutiva del nuevo consejo. En ella se expusieron las principales novedades de la nueva regulación, entre las que destaca la modificación sustancial de la composición para dotarlo de un carácter tripartito que permita la representación de todos los agentes implicados en el sector, de forma equilibrada. Así, se incorpora la representación municipal, a través de todas sus Áreas de Gobierno, y se mantiene la presencia del Consejo de Consumo de la Comunidad de Madrid, la Cámara Oficial de Comercio, Industria y Servicios de Madrid y la Confederación Empresarial de Madrid-CEOE (CEIM). Por otra parte, el consejo contará, también, con una mayor representación de las organizaciones de personas consumidoras y usuarias más relevantes, con implantación en el término municipal, que elevan su número de ocho a diez, y de una presencia más amplia de organizaciones empresariales de mayor implantación en el municipio, que se elevan a ocho.

Las nuevas incorporaciones en el ámbito de las organizaciones de consumidores y usuarios han sido: Organización de Consumidores y Usuarios (OCU), Asociación Española de Consumidores (ASESCON) y FACUA Madrid – Consumidores en Acción; y en el ámbito empresarial: Asociación para la Defensa de la Marca (ANDEMA); Asociación Empresarial del Comercio Textil, Complementos y Piel (ACOTEX), Asociación de Comerciantes de Electrodomésticos, Muebles de Cocina y Autónomos (ACEMA), HOSTELERÍA MADRID y Asociación de Empresarios de Ocio y Espectáculos de la Comunidad de Madrid (NOCHE MADRID)

Asimismo, se completa la composición con la presencia de un representante de cada grupo político municipal, con voz, pero sin derecho a voto.

Una segunda sesión se celebró el 12 de diciembre, en la que se informó acerca de:

- Las campañas publicitarias desarrolladas en 2025.
- Los “Premios Consumo Responsable Ciudad de Madrid”.
- El nuevo contrato de gestión, dinamización y mantenimiento de redes sociales.
- Las campañas de inspección desarrolladas en 2025.

Convenios

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

Durante el año 2025 se ha mantenido la línea de colaboración establecida con las asociaciones de personas consumidoras integradas en el Consejo Sectorial 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 2025, se ha prorrogado la vigencia de los siete convenios de colaboración existentes con asociaciones en aquel momento integrantes del Consejo Sectorial 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 2025 se ha prorrogado la vigencia de los convenios suscritos con seis asociaciones de consumidores integrantes del Consejo Sectorial de Consumo.

Convenios para el mantenimiento del Sistema Arbitral de Consumo

Durante 2025, 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**. No obstante, a mitad de año se incorporó una asociación de consumidores más, ASESCON.

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 16 asociaciones de consumidores y 11 organizaciones empresariales, de acuerdo con los convenios vigentes establecidos para tal fin.

En paralelo, se ha firmado 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.

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

Durante la primera parte del año 2025 ha continuado vigente el convenio de colaboración suscrito en 2023 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 (COPADEV), OXFAM-INTERMÓN y la Asociación del Sello de Productos de Comercio Justo Fairtrade Ibérica.

Este convenio, sin contenido económico, tenía 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.

En este ámbito, también durante los primeros meses del año, estuvo vigente el convenio celebrado con la Fundación COPADE – Comercio para el Desarrollo, para el fomento de la utilización de la madera tropical certificada a través de la participación en la plataforma madera justa.

Convenio de colaboración entre el Ayuntamiento de Madrid y la asociación Confianza Online.

Su objeto es la gestión de reclamaciones formuladas por los consumidores ante la Oficina Municipal de Información al Consumidor frente a las empresas adheridas al código ético de Confianza Online.

Integración con planes transversales, grupos de trabajo y proyectos europeos

Desde el IMC 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 2025, esta Dirección General ha colaborado como vocal en órganos colegiados municipales y ha participado en mesas de trabajo interdepartamentales. 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 (POG)

En el marco del Programa Operativo de Gobierno (POG) correspondiente a la presente legislatura, se han asignado al IMC 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 2025 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 IMC 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.

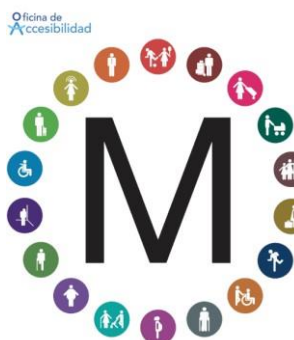
La estrategia municipal, interrelacionada con el POG, constituye una hoja de ruta que impulsa la transformación estructural del modelo urbano, en línea con los compromisos adquiridos en el marco de la Agenda 2030.

Estrategia Alimentaria.

En el ámbito de la Estrategia Alimentaria de Madrid, 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 figuraban recogidas en el Plan de Acción 2022-2023, 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.

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 redes sociales.

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

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

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 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.

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, Consumo y Servicios 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.

Por otra parte, el Ayuntamiento de Madrid, a través del IMC, forma parte del Consejo de Consumo de la Comunidad de Madrid y ostenta una vocalía en su comisión permanente. Durante el año 2025, 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 12 de noviembre de 2025, reafirmando el compromiso municipal con los cauces de participación institucional en el ámbito autonómico en materia de consumo.

6

**TRANSPARENCIA,
CALIDAD DEL SERVICIO Y
GESTIÓN ADMINISTRATIVA**

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, de 27 de julio de 2016, 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 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 OMIC, 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.

Publicidad activa

En el marco de su compromiso con la transparencia en la gestión pública, se ha mantenido durante el ejercicio 2025 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, 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 2024.

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 2024.

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 2025, junto con sus protocolos.

Los informes de **evaluación de las campañas de inspección** ejecutadas en 2024.

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 2025 se recibió una solicitud de información.

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 2025, 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 2025 se han mantenido inalteradas las siete actividades de tratamiento de responsabilidad del actual IMC:

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.

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.

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

Carta de servicios de la OMIC

La Carta de Servicios de la OMIC fue aprobada por el Acuerdo de la Junta de Gobierno de la Ciudad de Madrid, de 8 de junio de 2008. Desde entonces, ha constituido uno de los principales instrumentos de calidad del servicio, al establecer compromisos concretos con la ciudadanía y permitir su evaluación periódica mediante indicadores objetivos y encuestas de satisfacción.

La evaluación anual de la Carta de Servicios permite comprobar el grado de cumplimiento de los compromisos asumidos, identificar áreas de mejora y adaptar progresivamente los indicadores a la evolución de las necesidades ciudadanas y de los canales de atención. En este sentido, la Carta de Servicios no solo cumple una función de transparencia, sino que actúa como herramienta de mejora continua de la atención prestada por la red OMIC.

Durante 2025 se realizó la evaluación correspondiente al ejercicio mediante una encuesta de satisfacción dirigida a las personas usuarias de la OMIC. El trabajo de campo se desarrolló a lo largo del año mediante encuestas telefónicas trimestrales, alcanzándose un total de **3.400 encuestas válidas**, distribuidas proporcionalmente entre la OMIC Central y las oficinas de distrito. El diseño muestral permitió obtener resultados representativos del conjunto del servicio, con un error muestral estimado de $\pm 1,4$ % para un nivel de confianza del 95 %.

La encuesta evaluó, en particular, los compromisos relativos a la cualificación del personal, la información y orientación recibidas, la atención personalizada, la amabilidad y cortesía en el trato, la claridad del lenguaje utilizado y la satisfacción general con la actuación del personal de la OMIC.

Los principales resultados obtenidos en 2025 son los siguientes:

Indicador evaluado	Objetivo	Resultado
Personas usuarias satisfechas con la información y orientación recibidas	≥ 80 %	87,76 %
Valoración de la preparación técnica del personal	≥ 8/10	8,71
Valoración de la amabilidad y cortesía del personal	≥ 8/10	9,00
Valoración de la claridad y comprensibilidad de la información recibida	≥ 8/10	8,82
Personas usuarias satisfechas con el trato recibido y la actuación del personal	≥ 80 %	93,51 %

Los resultados confirman el cumplimiento de los compromisos evaluados en la Carta de Servicios durante 2025. La satisfacción con la información y orientación recibidas alcanzó el **87,76 %**, superando ampliamente el objetivo mínimo del 80 %. Asimismo, las valoraciones medias otorgadas al personal se situaron en todos los casos por encima de 8 sobre 10: **8,71** en preparación técnica, **9,00** en amabilidad y cortesía y **8,82** en claridad y facilidad de comprensión del lenguaje utilizado.

Especialmente relevante es el resultado relativo a la satisfacción general con el trato recibido y la actuación del personal, que alcanzó el **93,51 %**. Este dato refleja la elevada valoración ciudadana de la atención prestada por la red OMIC y confirma la importancia de mantener un modelo de atención personalizada, cercana y técnicamente solvente.

El análisis por tipo de asunto muestra también resultados positivos. La valoración del trato se mantiene como el aspecto mejor puntuado tanto entre quienes acudieron para solicitar información como entre quienes formularon reclamaciones o denuncias. En todos los casos, las puntuaciones relativas a preparación técnica, trato y claridad se situaron por encima de 8,5 puntos sobre 10, lo que evidencia una percepción homogéneamente favorable del servicio prestado.

Desde el punto de vista del perfil de las personas usuarias, el informe pone de manifiesto que el 60,18 % de quienes utilizaron los servicios de la OMIC en 2025 fueron mujeres y el 39,82 % hombres. Las valoraciones por sexo presentan resultados muy similares, sin diferencias significativas, lo que refuerza la consistencia general de los niveles de satisfacción obtenidos.

La encuesta permite distinguir asimismo entre personas que acudían por primera vez a la OMIC y personas que ya habían utilizado el servicio con anterioridad. En ambos grupos se registraron niveles elevados de satisfacción. Entre quienes acudieron por primera vez, la satisfacción con la información recibida fue del **85,47 %** y la satisfacción general del **92,62 %**. Entre las personas usuarias recurrentes, estos porcentajes fueron del **84,31 %** y del **91,31 %**, respectivamente. Estos datos muestran que la percepción positiva del servicio se mantiene tanto en los primeros contactos con la OMIC como entre quienes vuelven a acudir a sus oficinas.

En conjunto, los resultados de 2025 avalan la calidad del servicio prestado por la OMIC y consolidan la Carta de Servicios como un instrumento eficaz para medir la satisfacción ciudadana, reforzar la transparencia y orientar la mejora continua. La combinación de altos niveles de satisfacción, cumplimiento de compromisos y estabilidad en las valoraciones confirma la solidez del modelo de atención municipal en materia de consumo.



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 2024.

Tanto el texto actualizado de la Carta de Servicios de la OMIC como los resultados de sus evaluaciones anuales se encuentran disponibles para su consulta en el portal de transparencia del Ayuntamiento de Madrid. Esta publicación incluye la información relativa a las encuestas realizadas y sus resultados, garantizando el acceso público a la información y reforzando los principios de transparencia, evaluación y mejora de los servicios municipales.

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 2025, un total de 15 actuaciones vinculadas al ámbito del IMC. Cabe señalar que algunas de las solicitudes recibidas no guardaban relación con el objeto del canal o estaban dirigidas a unidades administrativas ajenas 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 2025 ha sido 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:

- 1 reclamación por la inadmisión de una solicitud de arbitraje en la Junta Arbitral de Consumo.

6 sugerencias/reclamaciones para solicitar información de un expediente de OMIC.

1 reclamación por el trato recibido en la OMIC.

1 sugerencia/reclamación en la que se 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.

4 sugerencias/reclamaciones por demora en la tramitación de un expediente tramitado en la OMIC.

1 reclamación por un expediente sancionador de consumo.

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 2025, 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 2025, que fue remitida a la dirección general competente en materia de consumo en la Comunidad de Madrid.

Ejecución presupuestaria

En el ejercicio 2025, el programa 493.00 "Consumo" del Presupuesto del Ayuntamiento de Madrid, se dotó con un crédito inicial de 5.522.989 euros, de los cuales 5.006.344 corresponden a gastos de personal (capítulo 1), 486.645 a gasto corriente (capítulo 2) y 30.000 a transferencias corrientes (capítulo 4).

Durante el ejercicio económico 2025 se efectuaron diversas modificaciones presupuestarias, de lo que resultó un crédito definitivo de 4.720.467 euros en capítulo 1 y 668.644,5 euros en capítulo 2.

El grado de ejecución total del programa ha sido del 86,8 por ciento en términos de obligaciones reconocidas sobre créditos definitivos.

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.