

**Memoria
de actuaciones
del Ayuntamiento
de Madrid
en materia
de Consumo**

2014

ÍNDICE

ESTRUCTURA DE LA MEMORIA	3
LÍNEA DE ACCIÓN I. INFORMACIÓN Y ATENCIÓN AL CONSUMIDOR.....	4
I.1. Atención al consumidor en la OMIC.....	4
I.2. Servicio de Asesoramiento en la gestión de la economía doméstica	11
I.3. Actividades desarrolladas por la Junta Arbitral de Consumo del Ayuntamiento de Madrid	12
I.4. Programa de información, divulgación y comunicación sobre consumo	15
LÍNEA DE ACCIÓN II. FORMACIÓN EN CONSUMO	22
II.1. Programa de formación en consumo	22
II.2. Otras actividades de formación	27
LÍNEA DE ACCIÓN III. ACTUACIONES SOBRE CONSUMO DIRIGIDAS AL EMPRESARIO ...	29
LÍNEA DE ACCIÓN IV. INVESTIGACIÓN Y CONTROL DE MERCADO.....	31
IV.1. Programa de investigación.....	31
IV.2. Actividades de inspección	33
IV.3. Actuaciones sancionadoras y medidas preventivas.....	36
LÍNEA DE ACCIÓN V. PARTICIPACIÓN, COLABORACIÓN Y COORDINACIÓN EN CONSUMO	37
V.1. Coordinación y colaboración interadministrativa	37
V.2. Participación en consumo	42
LÍNEA DE ACCIÓN VI. CONSUMO RESPONSABLE.....	44
VI.1. Madrid, Ciudad por el Comercio Justo	44
VI.2. Otras actuaciones en materia de consumo responsable	46
LÍNEA DE ACCIÓN VII. TRANSPARENCIA Y CALIDAD EN LA ACTUACIÓN MUNICIPAL.....	48
VII.1. Informe anual	48
VII.2. Carta de Servicios de la OMIC	48
VII.3. Sistema de Calidad UNE EN ISO 9001:2008 del Servicio de Inspección de Consumo	49
VII.4. Encuesta de satisfacción del Servicio de Inspección de Consumo.....	50
EJECUCIÓN PRESUPUESTARIA	51

ESTRUCTURA DE LA MEMORIA

La Memoria de Actuaciones del Ayuntamiento de Madrid en materia de Consumo 2014 recoge el conjunto de acciones realizadas por el Instituto Municipal de Consumo y los Departamentos de Servicios Sanitarios, Calidad y Consumo de los 21 distritos en aplicación del Plan de Acción en materia de Consumo 2014, aprobado por la Junta de Gobierno el 6 de marzo de dicho año.

Para facilitar el seguimiento de las acciones realizadas y evaluar el grado de cumplimiento del Plan de Acción, la memoria de actuaciones mantiene la misma estructura del Plan, que se organiza en siete líneas de acción:

- Línea de Acción I. Información y atención al consumidor.
- Línea de Acción II. Formación en consumo.
- Línea de Acción III. Actuaciones sobre consumo dirigidas al empresario.
- Línea de Acción IV. Investigación y control de mercado.
- Línea de Acción V. Participación, colaboración y coordinación en consumo.
- Línea de Acción VI. Consumo responsable.
- Línea de Acción VII. Transparencia y calidad en la actuación municipal.

El último apartado de la Memoria recoge la ejecución presupuestaria del programa 314.01-Consumo del Presupuesto General del Ayuntamiento de Madrid 2014.

LÍNEA DE ACCIÓN I

INFORMACIÓN Y ATENCIÓN AL CONSUMIDOR

El mercado ofrece hoy a los ciudadanos una amplia variedad de productos y servicios. Los cambios legislativos, la globalización de la economía y la amplia presencia de las nuevas tecnologías han supuesto importantes cambios en la forma de consumir.

Formar e informar al consumidor para que conozca y ejerza sus derechos y ofrecerles vías para resolver los conflictos de consumo es una actividad esencial y, por tanto, prioritaria de los servicios municipales de Consumo.

I.1. ATENCIÓN AL CONSUMIDOR EN LA OFICINA MUNICIPAL DE INFORMACIÓN AL CONSUMIDOR (OMIC).

La Oficina Municipal de Información al Consumidor del Ayuntamiento de Madrid es un servicio gratuito que proporciona a los consumidores orientación e información sobre sus derechos y propicia la resolución amistosa de sus conflictos de consumo a través de la mediación con las empresas proveedoras de bienes y servicios.

Cuenta con una honda tradición entre los servicios que presta el Ayuntamiento de Madrid a sus ciudadanos, ya que en octubre de 2014 se cumplieron 31 años desde su apertura. La OMIC del Ayuntamiento de Madrid cuenta actualmente con una red de 22 oficinas, la OMIC Central y 21 oficinas de Distrito, que prestan en su conjunto los siguientes servicios a los madrileños:

Información y orientación:

- Suministrar información general en materia de consumo respecto a bienes, servicios y suministros.
- Informar sobre los servicios que presta la OMIC.
- Asesorar y orientar sobre los organismos competentes para su resolución en aquellas materias específicas que excedan el ámbito de actuación de la OMIC.
- Facilitar a los interesados información particular sobre el estado de tramitación de los expedientes de las reclamaciones y denuncias.

Tramitación de reclamaciones y denuncias:

- Recibir las reclamaciones y denuncias formuladas por los consumidores.
- Mediar en los conflictos entre consumidores y empresas y, en caso de resultado negativo, informar sobre la posibilidad de acudir a la Junta Arbitral de Consumo, a la mediación o a la vía judicial para la resolución del conflicto.
- Valorar la existencia de presuntas infracciones y, en su caso, trasladar el expediente al órgano competente.

Expedientes tramitados por la OMIC.

En el ejercicio 2014 la OMIC tramitó, en el conjunto de sus 22 oficinas, un total de 27.205 expedientes entre solicitudes de información, reclamaciones y denuncias. El 98,60% fueron reclamaciones, el 0,18% solicitudes de información y el 1,22% restante, denuncias. Destaca en especial la disminución del número de solicitudes de información registradas debido al nuevo tratamiento de éstas tras la aprobación de la vigente Instrucción de Coordinación del Funcionamiento de la OMIC en febrero de 2013.

Solicitudes atendidas por la OMIC Central y Distritos Año 2014		
	Nº de solicitudes	Porcentaje
OMIC central	16.001	58,82
Centro	933	3,43
Arganzuela	478	1,76
Retiro	334	1,23
Salamanca	796	2,93
Chamartín	502	1,85
Tetuán	584	2,15
Chamberí	439	1,61
Fuencarral-El Pardo	810	2,98
Moncloa-Aravaca	312	1,15
Latina	382	1,40
Carabanchel	850	3,12
Usera	246	0,90
Puente Vallecas	644	2,37
Moratalaz	396	1,46
Ciudad Lineal	760	2,79
Hortaleza	757	2,78
Villaverde	435	1,60
Villa de Vallecas	557	2,05
Vicálvaro	170	0,62
San Blas	689	2,53
Barajas	130	0,47
TOTALES	27.205	100

Solicitudes atendidas por la OMIC de Madrid Año 2014

	Nº de solicitudes	Porcentaje
Reclamación	26.823	98,60
Información	49	0,18
Denuncia	333	1,22
TOTAL	27.205	100

Del total de asuntos recibidos, el 58,82% fueron gestionados en la OMIC Central (16.001 expedientes) y el 41,18% (11.204 expedientes) en las oficinas de Distrito, conforme a los criterios de reparto territorial y material de asuntos establecidos en la Instrucción de coordinación del funcionamiento de la OMIC.

Los datos de expedientes gestionados en el conjunto de oficinas de OMIC del Ayuntamiento de Madrid en el año 2014 ponen de manifiesto un descenso moderado en el número total de reclamaciones registradas con respecto al año 2013, que se cifra en el 7,98% y un aumento, también moderado, en el número de denuncias que alcanzó el 6,73%. Los datos del número de expedientes de información registrados en la aplicación informática de gestión sí han sufrido un descenso cuantitativo muy importante, 2.192 expedientes, que en términos porcentuales representa un 97,81 %. Este efecto se debe al cumplimiento del criterio establecido en la instrucción de 2013 de que las consultas de los consumidores a las cuales se dan contestación verbal e inmediata en la atención presencial y no precisan el envío de una respuesta escrita, no deben dar lugar a expedientes de consumo, lo que justifica el decremento porcentual tan importante observado. Es ésta también una de las razones principales del descenso del número de expedientes totales (información, reclamación y denuncia) registrados en la OMIC, que fue del 14,18% con respecto al año anterior.

Particularizando más en la distribución por grupos de los asuntos planteados por los ciudadanos ante la OMIC, la mayoría de ellos (un 45,02%) se refirieron al grupo de los suministros (telefonía, electricidad, gas, proveedores de acceso a Internet, etc.); el 28,68% al sector de los servicios (servicios financieros, reparación de vehículos, etc.); y el 19,39% a la compra de bienes. El resto (un 6,91%), son reclamaciones referidas a los sectores de alimentación, vivienda e información general, todos ellos con porcentajes considerablemente menores.

Distribución de asuntos por grupos Año 2014

	Nº de solicitudes	Porcentaje
Suministros	12.249	45,02
Servicios	7.801	28,68
Bienes	5.275	19,39
Alimentación	1.528	5,62
Información	8	0,03
Vivienda	344	1,26
TOTAL	27.205	100

De esta distribución sectorial destaca como más numeroso el grupo de los suministros, que con 12.249 asuntos representa algo menos de la mitad del total de asuntos gestionados en la OMIC, aunque el número de expedientes es inferior al del año anterior, en el que se registraron 13.763, es decir, una diferencia de 11 puntos porcentuales.

Un análisis más pormenorizado de los datos relativos a este grupo permite apreciar que la telefonía móvil continua siendo dentro del grupo el sector más reclamado, con 5.674 expedientes; sufre un descenso del 6,11 % con respecto al año anterior, pero este descenso es bastante más moderado que el sufrido el año 2013 con respecto a 2012 donde se produjo un decremento del 23,35 % en este sector específico.

De telefonía fija se registraron 1.521 expedientes, frente a los 2.147 del año anterior, observándose un decremento bastante más acusado, del 29,16 %. En todo caso, la telefonía en sus vertientes fija y móvil sigue siendo el sector más reclamado, puesto que el 26,45%, es decir algo más de una cuarta parte de todos los asuntos tratados en la OMIC del Ayuntamiento de Madrid en 2014 se refería a este sector.

Le siguen en importancia dentro del grupo de los suministros las reclamaciones relativas a electricidad que, con 1.604 reclamaciones, experimentaron un ligero ascenso con respecto al año anterior (el 2,30 %).

Sectores específicos destacados		
Suministros		
	Nº de asuntos	Porcentaje
Telefonía móvil	5.674	46,32
Telefonía fija	1.521	12,41
Electricidad	1.604	13,08
Gases combustibles	776	6,38
Agua	82	0,66
Otros	2.592	21,15
TOTAL	12.249	100

Desde la OMIC del Ayuntamiento de Madrid, y en el ejercicio de la labor de mediación que ésta tiene asignada frente a las empresas reclamadas, se ha impulsado el mantenimiento de convenios y reuniones específicas con las principales empresas de suministros para facilitar y agilizar la gestión de reclamaciones y para buscar una solución conjunta a aquellos problemas detectados que hayan podido afectar a un colectivo numeroso de consumidores, como la contratación a domicilio, los servicios de tarificación adicional, los pagos efectuados a través del teléfono o las refacturaciones de la electricidad de aquellos consumos no contabilizados en los contadores, por medición incorrecta o presunta manipulación de estos equipos.

Los servicios son el segundo grupo en importancia en lo que a las reclamaciones de los consumidores se refiere. En 2014 se registraron 7.801 expedientes, un 13,41 % menos que el año inmediatamente anterior. Los servicios financieros, que engloban a las entidades bancarias y a las aseguradoras, lideran este grupo, constituyendo un 24,61% del total del mismo, experimentando un descenso del 28,12% con respecto al ejercicio anterior. La misma tendencia se observa en los sectores de

reparación de vehículos, con un descenso del 12,83% y en el de las reparaciones domésticas, con un decremento del 14,06%.

Sectores específicos destacados		
Servicios		
	Nº de asuntos	Porcentaje
Servicios financieros	1.920	24,61
Reparación de vehículos	564	7,23
Reparaciones domésticas	165	2,12
Otros	5.152	66,04
TOTAL	7.801	100

Las reclamaciones debidas a la adquisición de bienes de consumo totalizaron 5.275 expedientes. Dentro de este grupo, los sectores más reclamados desde el punto de vista cuantitativo fueron la compra de aparatos telefónicos, la adquisición de productos textiles y, como dato destacado, el aumento de las reclamaciones sobre compra electrónica, materia sobre la que han versado 586 asuntos en 2014, el único sector específico que ha sufrido incremento dentro del grupo con respecto al dato del año 2013 (484 expedientes).

Sectores específicos destacados		
Bienes		
	Nº de asuntos	Porcentaje
Aparatos telefónicos	836	15,85
Compra electrónica	586	11,11
Textil adquisición	576	10,92
Mobiliario-Decoración	365	6,92
Otros	2.912	55,20
TOTAL	5.275	100

En 2014 el grupo de la alimentación con las 1.528 reclamaciones tramitadas, que sufre un descenso del 32,86 % con respecto al del año anterior y el de la vivienda con 344 expedientes, se sitúa en niveles inferiores al de ejercicios anteriores.

Finalmente, se ha abierto expediente para 8 peticiones de información de carácter general sobre consumo, que han dado lugar a análisis y contestación por escrito. El resto de las solicitudes de información surgidas en la atención presencial a los consumidores, servicio que se ha continuado ofreciendo al ciudadano en las 22 oficinas con que cuenta la OMIC del Ayuntamiento de Madrid, se han atendido de manera inmediata, no quedando reflejadas en la aplicación informática de la OMIC dedicada al registro de la documentación y los trámites realizados en los expedientes que gestiona esta oficina especializada de atención al ciudadano.

Cita previa en la OMIC.

Desde el año 2004 la OMIC Central ofrece un servicio propio de cita previa para atender a los consumidores madrileños, para reducir los tiempos de espera y, a través de una atención personalizada, facilitar una información más precisa y un servicio de mayor calidad.

La Instrucción 6/2013, de 8 de mayo de 2013, relativa al servicio de cita previa del Ayuntamiento de Madrid y sus Organismos Autónomos establece que este servicio debe acomodarse al sistema general de cita previa del Ayuntamiento de Madrid, constituyéndose los servicios implicados como unidad gestora a tales efectos.

Hasta el 29 de junio de 2014, fecha de finalización del contrato, el servicio se prestó con medios externos. Una vez constituida la unidad gestora, la OMIC Central se incorporó al sistema corporativo de cita previa el 20 de octubre.

Para el servicio de orientación jurídica e información a los consumidores, durante el periodo en que ha estado operativa la cita previa se han concertado 2.000 citas, a las que han asistido 1.434 consumidores. Además se ha mantenido la atención presencial sin cita durante los meses de julio, agosto y septiembre, así como la atención habitual de presentación de reclamaciones y de consulta de expedientes abiertos.

Actualmente se ofrece cita previa en la OMIC Central tanto para las labores de orientación e información a los consumidores como para el nuevo servicio implantado de asesoramiento en la gestión de la economía doméstica.

En el último cuatrimestre del año 2014 se han incorporado al sistema corporativo de cita previa las oficinas de OMIC de los distritos de Villaverde y San Blas.

Nueva aplicación informática para gestión de OMIC.

Durante los últimos años se ha trabajado en colaboración con Informática del Ayuntamiento de Madrid (IAM) en el desarrollo y pruebas de una nueva aplicación informática para la gestión de expedientes de la OMIC, Platea II, basada en el expediente electrónico y en conexión con otras aplicaciones corporativas como el registro electrónico, la base de datos ciudad o el censo de locales y actividades.

Durante el año 2014 se han realizado pruebas de gestión de expedientes de OMIC sobre la plataforma Platea II, con 83 expedientes reales, cuya tramitación ha sido posible en su totalidad desde la fase de alta hasta su archivo final. Las pruebas han estado limitadas a la OMIC Central y las incidencias y oportunidades de mejora detectadas en estas pruebas en real han de resultar la base fundamental para mejorar su implementación práctica, su extensión a las oficinas de distrito, así como la futura conexión con el desarrollo para la tramitación de expedientes de Junta Arbitral de Consumo.

Calidad y transparencia en el servicio.

Como exponente de la política de calidad e implicación en la mejora del servicio prestado al ciudadano por el Ayuntamiento de Madrid, la OMIC cuenta desde 2008 con Carta de Servicios. En ella se recogen actualmente 7 compromisos con el ciudadano, que son evaluados anualmente por medio de un conjunto de 14 indicadores.

Durante el año 2014 se realizó la quinta evaluación de indicadores de la Carta de Servicios de la OMIC, correspondiente al año inmediatamente anterior. Sus resultados reflejan los valores obtenidos en el conjunto de las 22 oficinas con que cuenta la OMIC. Al igual que otros años, en 2014 resultan especialmente

destacables los que hacen referencia a la valoración por parte del ciudadano de las labores que este servicio municipal desarrolla.

En este sentido, un 96,45% de los usuarios están satisfechos o muy satisfechos con la orientación y el trato recibido en la OMIC, con unas notas medias otorgadas en los distintos atributos que superan en todos los casos el valor de 8,5 en una escala del 0 al 10.

También es de destacar el indicador que muestra que casi la mitad de las mediaciones realizadas en la OMIC tienen un resultado positivo para el consumidor, lo cual pone en valor la utilidad de este servicio para el ciudadano en la resolución de sus conflictos de consumo.

**Resultados de la evaluación de la Carta de Servicios de la OMIC
realizada en 2014**

Descripción Indicador	Valor del compromiso	Resultado 2013
Porcentaje de usuarios satisfechos con la información y orientación recibidas	75	96,45%
Nota media de las puntuaciones otorgadas al atributo "preparación del personal para desempeñar su trabajo"	7,50	8,53
Nota media otorgada por los encuestados al atributo "amabilidad y cortesía"	7,50	8,90
Nota media otorgada por los encuestados al atributo "claridad y comprensibilidad"	7,50	8,68
Porcentaje de usuarios satisfechos o muy satisfechos con el trato recibido	75%	97,92%
Porcentaje de citas previas que se ofrecen a los consumidores con una demora igual o menor a 7 días laborables, con respecto al total de citas concentradas en la OMIC Central	90%	84,97%
Porcentaje de reclamaciones tramitadas en un plazo máximo de 2 meses	75%	84,52%
Porcentaje de mediaciones positivas para el consumidor con respecto al total de reclamaciones en las que la OMIC ha realizado mediación	35	49,92%
Nº total de las quejas y reclamaciones en relación con la no actualización de la información contenida en la página Web	-	0
Actualizaciones realizadas en la página Web de la OMIC	10	60
Porcentaje de sugerencias, reclamaciones y felicitaciones relativas a los servicios prestados por la OMIC contestadas dentro de los 15 días hábiles siguientes a su presentación	-	51,22% ¹
Sugerencias, reclamaciones y felicitaciones relativas a los servicios prestados por la OMIC	-	19 ¹
Porcentaje de sugerencias, reclamaciones y felicitaciones relativas a los servicios prestados por la OMIC contestadas en un plazo menor o igual a 30 días desde su presentación	60	85,37 ¹
Tiempo medio de contestación de las sugerencias, reclamaciones y felicitaciones relativas a los servicios prestados por la OMIC	30	18 ¹

¹ Estos 4 indicadores se han modificado como consecuencia de la aprobación de la Carta de Servicios de Sugerencias y Reclamaciones el 10 de mayo de 2012. Su última actualización es de 27 de noviembre de 2014. Conforme a lo previsto en la Carta de Servicios de Sugerencias y Reclamaciones, estos indicadores han de incluirse en todas las demás Cartas y medirse contando desde el día de su presentación por parte del ciudadano, por lo cual su valor toma en consideración no solamente el tiempo que tardan en contestarse en la OMIC, sino también el tiempo de demora en su asignación por parte del servicio central que recibe todas las sugerencias y reclamaciones del Ayuntamiento de Madrid.

Con objeto de fomentar la transparencia en la gestión, todos los datos relativos a las evaluaciones sucesivas de los indicadores de la OMIC se encuentran publicados en el "*Observatorio de la Ciudad*" del espacio Web corporativo www.madrid.es/observatoriodelaciudad. Así mismo, el informe elaborado sobre la encuesta realizada para la evaluación de los cinco indicadores referidos a la valoración ciudadana del servicio, junto con su ficha técnica está publicado en el Portal de Transparencia de la página Web corporativa.

I.2. SERVICIO DE ASESORAMIENTO EN LA GESTIÓN DE LA ECONOMÍA DOMÉSTICA.

El Ayuntamiento de Madrid ofrece en la OMIC Central, desde el 20 de octubre de 2014, el servicio de Asesoramiento en la gestión de la economía doméstica. Este nuevo servicio de atención al ciudadano de carácter público, gratuito, confidencial e independiente tiene como objetivo mejorar la educación financiera de los madrileños y ayudarles a planificar su economía personal y familiar como medio de tomar el control de sus finanzas, hacer frente de la mejor forma posible a sus deudas o planificar el futuro ante situaciones como la jubilación o la educación de los hijos.

Se trata de un servicio personalizado, adaptado a las circunstancias específicas del ciudadano, que debe aportar información basada en datos reales de sus ingresos, gastos y situación personal, para buscar con ello el deseable equilibrio entre ingresos y gastos y fomentar un consumo responsable de productos y servicios.

El servicio de asesoramiento tiene como elemento central la gestión eficiente del presupuesto familiar, e incluye además la resolución de las consultas formuladas por los ciudadanos relativas a la gestión de su economía personal. No se trata de asesoramiento de carácter financiero para gestión de inversiones, sino que lo que se intenta es buscar soluciones a problemas concretos y facilitando información relativa a temas como los servicios bancarios, los préstamos hipotecarios o personales, los seguros, la planificación económica para la jubilación o el sobreendeudamiento y las consecuencias de los impagos.

Aunque es un servicio presencial, que se desarrolla mediante la atención personalizada a los ciudadanos por parte de técnicos especialistas de las asociaciones de consumidores, en la página web del Ayuntamiento de Madrid www.madrid.es/consumo puede encontrar diversos materiales divulgativos sobre temas específicos relacionados con la economía personal o familiar, la herramienta para el cálculo de su presupuesto y enlaces a otras páginas de interés que le permitirán acceder a más información.

Herramienta de cálculo del presupuesto familiar.

El Instituto Municipal de Consumo ha elaborado como herramienta de apoyo el nuevo Servicio de Asesoramiento de la Gestión de la Economía Doméstica, un instrumento que permite el cálculo del presupuesto familiar.

Esta herramienta, disponible en la web municipal, incorpora los diferentes conceptos de ingresos y de gastos habituales en una familia, y facilita, en base a la información aportada, un balance de la situación, así como conclusiones y recomendaciones en función de la situación económica de la familia.

I.3. ACTIVIDADES DESARROLLADAS POR LA JUNTA ARBITRAL DE CONSUMO DEL AYUNTAMIENTO DE MADRID.

El Sistema Arbitral de Consumo es el arbitraje institucional de resolución extrajudicial, de carácter vinculante y ejecutivo para ambas partes, de los conflictos surgidos entre los consumidores y las empresas o profesionales en relación a los derechos legal o contractualmente reconocidos al consumidor.



El Instituto Municipal de Consumo viene desarrollando un programa de actuaciones para el fomento del Sistema Arbitral de Consumo en el Ayuntamiento de Madrid con el objetivo de promover este medio de resolución eficaz de las controversias surgidas entre empresarios y consumidores.

Actividad de la Junta Arbitral de Consumo

La Junta Arbitral del Ayuntamiento de Madrid tramita y gestiona las solicitudes de arbitraje que se reciben. Posteriormente los órganos arbitrales conocen de la controversia sometida a su consideración y dictan los laudos arbitrales, como resolución extrajudicial con valor de cosa juzgada. Durante el ejercicio 2014 han formado parte de los colegios arbitrales de la Junta Arbitral de Consumo del Ayuntamiento de Madrid 21 asociaciones de consumidores y 17 organizaciones empresariales.

Se han gestionado 1.768 solicitudes de arbitraje y se han celebrado 876 vistas.

Las solicitudes de arbitraje recibidas procedieron mayoritariamente de las OMIC, tanto Central (638) como de las Juntas Municipales de Distrito (919); 199 fueron presentadas directamente por los consumidores y 12 se recibieron a través de otros organismos.

La distribución de solicitudes de arbitraje por sectores y subsectores aparece reflejada en las dos tablas adjuntas:

Distribución de solicitudes por sectores 2014		
Sectores	Nº solicitudes	Porcentaje
Suministros	774	43,78
Servicios	554	31,33
Bienes	425	24,04
Vivienda	15	0,85
TOTAL	1.768	100

En la distribución de solicitudes de arbitraje por sectores, destacan los suministros (43,78% del total), seguidos de los servicios (31,33%) y de los bienes (24,04%). En cuanto a suministros, el dato más significativo son las 369 solicitudes relativas a telefonía móvil, que representan un 20,87% del total de las presentadas. En relación a las empresas del sector servicios, destacan las tintorerías-lavanderías (140 solicitudes), los talleres de reparación de automóviles (92 solicitudes) y el sector de reparación de hogar (39 solicitudes). En cuanto a la compra de bienes cabe resaltar las 155 solicitudes de arbitraje relativas a la adquisición de aparatos telefónicos, de electrónica e informática.

Distribución de solicitudes de arbitraje por sectores			
Sectores	Subsector	Nº solicitudes	Porcentaje
Suministros	Telefonía móvil	369	20,87
Servicios	Tintorerías-Lavanderías	140	7,92
	Reparación automóviles	92	5,20
	Reparación hogar	39	2,21
Bienes	Aparatos telefónicos, electrónica e informática	155	8,77
Otros	Otros	973	55,03
TOTAL		1.768	100

Las vistas celebradas dieron lugar a los siguientes resultados:

Resultado de las vistas celebradas 2014		
Resultado / Tipo de laudo	Número	Porcentaje
Estimatorio total o parcialmente	406	46,35
Desestimatorio	211	24,09
Conciliatorio	15	1,71
Archivo-V.Judicial cerrada	127	14,50
Archivo-V.Judicial expedita	30	3,42
Suspensión	22	2,51
Peritaje	5	0,57
Inhibitorio	60	6,85
TOTAL	876	100

Los órganos arbitrales que emiten dichas resoluciones son los designados por el Presidente de la Junta Arbitral, los cuáles, en función de su composición, pueden ser unipersonales o colegiados.

Teniendo en cuenta la composición de los órganos arbitrales, la distribución de resoluciones emitidas en la Junta Arbitral durante 2014 ha sido la siguiente:

Numero de órganos arbitrales		
	Nº vistas	Porcentaje
Órgano colegiado	855	97,60
Órgano unipersonal	21	2,40
TOTAL	876	100

Promoción de las comunicaciones por correo electrónico con empresas, así como con árbitros de las organizaciones de consumidores y empresarios. Difusión del Sistema Arbitral de Consumo.

La Junta Arbitral de Consumo del Ayuntamiento de Madrid ha mantenido los acuerdos de colaboración con los principales operadores del sector de telefonía para la realización por vía electrónica de las comunicaciones necesarias en el procedimiento arbitral.

Así, en 2014 se ha continuado el envío por correo electrónico de las solicitudes de arbitraje, ampliándose dicha vía al envío de citaciones a audiencias arbitrales a Telefónica, Movistar y Vodafone, remitiendo estas empresas sus contestaciones por la misma vía.

De igual forma se ha procedido con los árbitros de las organizaciones de consumidores y empresarios que acuden a las vistas arbitrales, con el fin de agilizar las comunicaciones.

Asimismo, para fomentar el conocimiento y difusión del arbitraje entre los consumidores y comerciantes desde el Instituto Municipal de Consumo se han llevado a cabo diferentes actuaciones:

- Campaña de comunicación directa a nivel empresarial, desarrollado del 1 de mayo al 30 de junio de 2014 con el objetivo de fomentar el arbitraje de consumo como condición indispensable para la adhesión a los Códigos de Buenas Prácticas. Al final del año, el número total de empresas madrileñas adheridas al Sistema Arbitral de Consumo era de 2.698.
- Distribución del folleto sobre el Sistema Arbitral de Consumo a un total de 598 comerciantes, en el marco del programa de ejes comerciales y mercadillos ambulantes.

Reforma de los impresos oficiales de arbitraje. Implantación de una nueva aplicación informática para la Junta Arbitral.

A lo largo del 2014 se ha procedido a actualizar, conforme a las directrices de normalización de impresos, el impreso *Oferta pública de adhesión al Sistema Arbitral de Consumo*.

Con el objetivo de agilizar la tramitación de los expedientes de arbitraje de consumo, se han seguido manteniendo reuniones entre técnicos de Informática del Ayuntamiento de Madrid (IAM) y del Servicio de Arbitraje de Consumo, para continuar con la revisión y análisis de la nueva aplicación informática que está en fase de desarrollo.

Esta nueva aplicación informática pretende dar cobertura al procedimiento arbitral, de acreditación de árbitros y de adhesión de empresas al Sistema Arbitral de Consumo.

Arbitraje Turístico.

En virtud del Convenio de Colaboración suscrito anualmente en materia de Consumo entre el Ayuntamiento de Madrid y la Comunidad de Madrid, el Instituto Municipal de Consumo elaboró en 2012 un Protocolo de actuaciones para el fomento del arbitraje turístico en coordinación con la Comunidad de Madrid que ha sido implantado en 2013.

Dicho protocolo se refiere al desarrollo de actuaciones de divulgación, traslado de solicitudes de arbitraje turístico y fomento de la adhesión de empresas turísticas de la ciudad de Madrid al Sistema Arbitral de Consumo.

Durante el ejercicio 2014 se han recibido en la Junta Arbitral del Ayuntamiento de Madrid 12 solicitudes en materia de arbitraje turístico (10 en relación a agencias de viajes y 2 relativas a hostelería), habiéndose dado traslado de las mismas a la Junta Arbitral de la Comunidad de Madrid para su valoración por parte del colegio arbitral especializado en esta materia.

Colaboraciones con la Universidad.

Durante 2014 se suscribió un Convenio de colaboración entre el Ayuntamiento de Madrid y la Universidad Nacional de Educación a Distancia, Departamento de Derecho Civil, para promover la participación de esta Universidad en las vistas arbitrales unipersonales, en coordinación con los recursos disponibles y las peticiones de arbitraje formuladas por los consumidores, y asegurar el correcto funcionamiento del arbitraje de consumo en el ámbito del Ayuntamiento de Madrid. En virtud de este Convenio se han llevado a cabo 9 vistas con árbitro único en materia de telefonía móvil.

I.4. PROGRAMA DE INFORMACIÓN, DIVULGACIÓN Y COMUNICACIÓN SOBRE CONSUMO.

El acceso de los consumidores a información actual y fiable sobre sus derechos y otras cuestiones de interés es uno de los objetivos esenciales del Instituto Municipal de Consumo. Con esta finalidad se han llevado a cabo diversas actuaciones de divulgación y comunicación en materia de consumo no alimentario.

Elaboración de material divulgativo.

Con el fin de informar a los ciudadanos madrileños de sus derechos como consumidores y de dar a conocer a los empresarios las obligaciones que conforme a la normativa deben cumplir en la actividad que desarrollan, el Instituto Municipal de Consumo ha elaborado 41 publicaciones entre carteles, folletos, guías, códigos de buenas prácticas y Avisos y recomendaciones, de los cuales algunos han sido impresos en papel y se han incorporado a la Web.

Especial incidencia en los materiales divulgativos desarrollados en 2014 ha tenido el nuevo servicio de Asesoramiento en la gestión de la economía doméstica ofrecido en la OMIC Central. Al finalizar el año, este nuevo programa contaba con un conjunto de materiales divulgativos formado por 13 folletos y guías; de ellos, dos se han editado en forma impresa y el resto están publicados en la Web.

Como medio de difusión de este nuevo servicio se realizó una campaña en mobiliario urbano, por medio de un cartel destinado a ser exhibido en un circuito de marquesinas de autobuses (octubre de 2014). Además se produjeron 250 carteles, que fueron distribuidos en Centros de Mayores, Centros de Servicios Sociales, oficinas de OMIC y sedes de las asociaciones de consumidores, con el objetivo de dar a conocer este nuevo servicio municipal.

Como consecuencia de la participación del Ayuntamiento de Madrid en el proyecto europeo Sustainable Timber Action (STA) y en la Coalición de la madera tropical sostenible (European Sustainable Tropical Timber Coalition, STTC) se ha producido un cartel destinado a promover el consumo de madera tropical sostenible. Asimismo, se ha traducido al español y editado la guía "*Suministro de madera para el sector público*".

Se ha procedido a una revisión completa y a una ampliación de los contenidos de la guía "Los mayores y el consumo", que incorpora un nuevo capítulo dedicado a los gases combustibles, y se han revisado y actualizado 4 folletos divulgativos: "Información básica de consumo", "Errores frecuentes en materia de consumo" con dos actualizaciones sucesivas, "Comercio electrónico" e "Información básica de consumo, Obligaciones generales que deben cumplir los establecimientos comerciales" debido a los cambios legislativos producidos en el año 2014.

Finalmente, se ha creado un nuevo grupo de materiales destinados a los consumidores denominado "Avisos y Recomendaciones". Se trata de materiales a los que se ha dotado de un diseño imprimible directamente, como sistema inmediato de difusión a los consumidores de cuestiones de actualidad o de interés en materia de consumo y están disponibles en todas las oficinas de OMIC y también en el espacio Web corporativo.

Folletos y guías:

- ✓ Guía suministro de madera sostenible para el sector público.
- ✓ Información Asesoramiento en la gestión de la economía doméstica.
- ✓ Factura de la electricidad, estrategias para ahorrar.
- ✓ El presupuesto familiar.
- ✓ Impago de deudas. Los registros de morosos.
- ✓ Seguros vinculados a la hipoteca (Desarrollado en colaboración con UCE).
- ✓ Planifica tu jubilación (Desarrollado en colaboración con UNAE).
- ✓ El préstamo hipotecario: condiciones y cláusulas (Desarrollado en colaboración con UNCUMA).
- ✓ Seguridad financiera familiar. Aprende a ahorrar (Desarrollado en colaboración con AACCU).
- ✓ Cómo gestionar el sobreendeudamiento (Desarrollado en colaboración con ADICAE).
- ✓ Compra de un coche nuevo (Desarrollado en colaboración con CECU Madrid).
- ✓ Entidades financieras, seguridad, ahorro y rentabilidad (Desarrollado en colaboración con EUROCONSUMO).
- ✓ Cómo llegar a fin de mes, salud financiera (Desarrollado en colaboración con CICM-FUCI).
- ✓ Información básica de consumo: Los derechos de los consumidores y usuarios.
- ✓ El consumo en verano. Disfruta del verano conociendo tus derechos.
- ✓ Información básica de consumo: Productos de puericultura ligera.
- ✓ Consejos para el consumo en Navidad.
- ✓ Ventas fuera de establecimiento: características y recomendaciones.
- ✓ Facturas y documentos ¿Cuánto tiempo conservarlos?
- ✓ Las rebajas: disminuyen los precios no tus derechos.
- ✓ Laudos de la Junta Arbitral de Consumo del Ayuntamiento de Madrid.

Revisiones y reediciones:

- ✓ Errores más frecuentes en materia de consumo (2 revisiones).
- ✓ Los mayores y el consumo.
- ✓ El comercio electrónico. Consejos útiles para comprar por Internet.
- ✓ Obligaciones generales en materia de consumo que deben cumplir los establecimientos comerciales.

Campañas en mobiliario urbano y otros carteles:

- ✓ Cartel programa de asesoramiento en la gestión de la economía doméstica para mobiliario urbano.
- ✓ Cartel sobre el programa de asesoramiento en la gestión de la economía doméstica destinado a la difusión en centros y dependencias municipales.
- ✓ Cartel Madera Tropical Sostenible.

Códigos de Buenas Prácticas para empresarios:

- ✓ Sector de Droguería, Cosmética y Perfumería.
- ✓ Sector de Comercio de electrodomésticos.
- ✓ Sector de Aves, huevos y caza.
- ✓ Cartel de Aves, huevos y caza.

Avisos y recomendaciones:

- ✓ Compra de juguetes seguros.
- ✓ Aviso sobre la instalación del interruptor de control de potencia ICP.
- ✓ Recomendaciones en el envío de paquetes.
- ✓ Recomendaciones sobre la garantía comercial.
- ✓ Recomendaciones en la contratación de servicios de formación en academias.
- ✓ Recomendaciones compras en su domicilio.
- ✓ Recomendaciones para la compra de billetes de avión por internet.
- ✓ Recomendaciones en la contratación de gimnasios.

Actualización del contenido del espacio Web corporativo sobre consumo.

En lo que respecta a la información al consumidor en la Web municipal (www.madrid.es/consumo) se han realizado actualizaciones de los contenidos de la OMIC dedicados a información sectorial, en particular, los precios y tarifas de todos los suministros. Asimismo, se han incluido notas informativas a los consumidores, en materias novedosas y de actualidad, entre otras, la referida a la instalación del interruptor de control de potencia.

Dentro de esta información sectorial, se ha abordado la revisión y completa reestructuración de la información sectorial del capítulo dedicado a los Servicios Bancarios.

En lo que respecta al espacio dedicado a las Asociaciones de Consumidores, se ha procedido a su actualización en cuanto a los miembros del Consejo Municipal de Consumo y sedes de las organizaciones.

Se ha creado un especial informativo *Asesoramiento en la Gestión de la Economía Doméstica*, como medio de extender a todos los ciudadanos el nuevo servicio que se ofrece presencialmente en la OMIC Central. Este espacio cuenta con una herramienta de cálculo diseñada específicamente para el cálculo del presupuesto familiar y con un conjunto de materiales divulgativos sobre temas específicos en materia de gestión de la economía personal y familiar. El especial informativo permite concertar cita previa a través del sistema corporativo que tiene implantado el Ayuntamiento de Madrid para recibir asistencia personalizada y ofrece enlaces a otras páginas de interés.

El *Diccionario de Consumo*, accesible en la Web, contiene actualmente más de 300 voces ordenadas alfabéticamente. Durante el año 2014 se han realizado dos actualizaciones semestrales, lo que ha conllevado al estudio de 56 disposiciones generales relacionadas con la protección de los consumidores que han sido publicadas durante 2014 en los Boletines Oficiales de la Unión Europea, Estado, Comunidad de Madrid y Ayuntamiento de Madrid. Como consecuencia de ello, se han incorporado al Diccionario de Consumo 87 modificaciones de contenido y se han añadido al diccionario cinco nuevas voces: Agencia Española de Consumo y Seguridad Alimentaria, Contrato complementario, Entrega, Precio voluntario para el pequeño consumidor y Servicio de atención al cliente.

Por su parte, la Junta Arbitral de Consumo, ha dado continuidad a la labor de actualización de los contenidos sobre arbitraje de consumo existente en la Web municipal, en particular los referentes al listado de empresas adheridas al sistema arbitral de consumo, impresos y documentación complementaria.

También se ha llevado a cabo con la revisión del espacio Web destinado a Códigos de Buenas Prácticas, incorporando los nuevos códigos aprobados, los códigos actualizados, nuevos protocolos de autocontrol y demás documentación asociada. Además, se ha trabajado en la actualización permanente del listado de empresas adheridas a los diferentes códigos.

En lo que respecta a material divulgativo, se ha procedido a una reclasificación de los materiales publicados, diferenciando entre guías y folletos, eliminando los materiales desactualizados e incorporando todas las nuevas publicaciones.

En el espacio Web comercio y consumo se ha creado, dentro de publicaciones, un nuevo capítulo destinado al nuevo formato desarrollado para la divulgación de Avisos y Recomendaciones, que actualmente cuenta con 10 contenidos.

En el portal de Gestiones y Trámites del Ayuntamiento de Madrid se han actualizado los trámites de información y de reclamaciones/denuncias ante la OMIC y el de oferta pública de adhesión al Sistema Arbitral de Consumo, adaptando todos los impresos en cuanto a las direcciones y sedes de las distintas oficinas de la OMIC y de la Junta Arbitral de Consumo.

Durante el año 2014 se ha completado la posibilidad de realizar en línea todos los trámites correspondientes a los expedientes que gestiona la OMIC, con la incorporación del impreso de Denuncia/reclamación ante la OMIC cuya presentación puede hacerse ya de manera telemática. También se ha puesto a disposición de los empresarios el impreso oficial de Hojas del Sistema Unificado de Reclamaciones (SUR), que actualmente son descargables a través del portal.

Campañas de información.

Además de poner a disposición de los consumidores distintas publicaciones sobre sus derechos, el Instituto Municipal de Consumo desarrolla acciones de información directa al ciudadano, a través de la realización de campañas de información y eventos en materia de Consumo. En 2014 se han realizado los siguientes:

- Celebración del Día Mundial del Consumidor.

Con ocasión de la celebración del Día Mundial del Consumidor el 15 de marzo, se editaron 20.000 desplegados y 250 carteles en los que se informaba de los derechos básicos de los consumidores y usuarios. El material fue distribuido en los 21 Distritos de la ciudad de Madrid en Centros de Día, Centros de Mayores y Centros de Servicios Sociales municipales.

Asimismo, se instalaron 8 puntos informativos en zonas con amplia actividad comercial, en concreto en los distritos de Centro, Ciudad Lineal, Latina, Salamanca y Tetuán que fueron atendidos por las asociaciones de consumidores integradas en el Consejo Municipal de Consumo. En estos puntos se repartió material divulgativo elaborado por el Instituto Municipal de Consumo y por las asociaciones, y se atendieron consultas de los ciudadanos referidas a esta materia.

- Instalación de puntos informativos sobre Consumo en mercadillos y mercados municipales.

En 2014 se han instalado puntos de información en 16 mercadillos municipales, repartidos por 13 distritos, con el objetivo de ofrecer información básica sobre Consumo a los vecinos. Los mercadillos se seleccionaron en coordinación con la Dirección General de Comercio y Desarrollo Económico del Ayuntamiento de Madrid.

Cada asociación de consumidores ha asumido las tareas de formación en 2 de los mercadillos que se indican en la tabla siguiente, dedicando 4 jornadas informativas de 5 horas de duración por mercadillo. De este modo, el número de horas totales de información a los consumidores facilitadas a través de este programa fue de 40 horas por asociación.

Relación de mercadillos municipales en los que se desarrolló el Programa de Información en Mercadillos 2014

Distrito	Mercadillo
Centro	Parque de la Cornisa
Fuencarral-El Pardo	Santa Ana
Puente de Vallecas	Fontarrón
	Ronda del Sur
Ciudad Lineal	Santa Genoveva
Moncloa - Aravaca	San Restituto
Hortaleza	Alcorisa – C/Silvano
	Camino de la Estación
Villaverde	Ciudad de los Ángeles
	San Cristóbal de los Ángeles
Villa de Vallecas	Sierra Gorda
Vicálvaro	San Cipriano
San Blas-Canillejas	Arcos del Jalón
Tetuán	Marqués de Viana
Latina	Avda. General Fanjul
Barajas	Ayerbe

En mercados municipales, durante el mes de diciembre se instalaron puntos de información al consumidor en los mercados de Pacífico (Retiro) y de San Pascual (Ciudad Lineal), que fueron atendidos respectivamente por la Unión de Consumidores de la Comunidad de Madrid (UCE) y por la Asociación de Mujeres y Consumidores de Madrid (UNAE).

- Información en ejes comerciales.

Desde el año 2009 se desarrolla este programa, en el que las asociaciones de consumidores instalan puntos informativos en fechas señaladas en las zonas de comerciales con mayor afluencia de público. En estos puntos, los técnicos de las asociaciones atienden las consultas de los ciudadanos y distribuyen material divulgativo sobre temas de actualidad en consumo. Se han instalado 8 puntos informativos, cada uno de ellos atendidos por una de las asociaciones de consumidores integradas en el Consejo Municipal de Consumo y distribuidos en distintas zonas comerciales de la ciudad, 4 días por asociación, en horario de 10 a 15 horas, lo que arroja un total de 20 horas de información sobre consumo en ejes comerciales por asociación.

- Presentación de la guía *Los mayores y el consumo*.

El 3 de febrero de 2014 se celebró un acto en el Centro Municipal de Mayores "Dos Amigos" del distrito Centro en el que la Alcaldesa de Madrid presentó la guía "*Los Mayores y el Consumo*", en el marco de la colaboración establecido por el Instituto Municipal de Consumo con la Dirección General de Mayores y Atención Social para facilitar directamente a las personas mayores, a través de esta guía, información sobre cuestiones que interesan particularmente a este colectivo.

- Campaña de la Unión Europea sobre los derechos de los consumidores.
El Ayuntamiento de Madrid ha colaborado con la Oficina de la Representación de la Comisión Europea en Madrid en la difusión de la campaña europea "*Respetar los derechos de los consumidores*" mediante la distribución de material informativo en distintos formatos.



LÍNEA DE ACCIÓN II

FORMACIÓN EN CONSUMO

El Instituto Municipal de Consumo desarrolla una actividad continua en materia de formación sobre consumo dirigida tanto a los consumidores como a los empresarios madrileños, incidiendo así sobre las dos partes que integran toda relación de consumo, que se complementa con sesiones formativas dirigidas a determinados colectivos empresariales.

Como novedad, en 2014 se han incluido seis sesiones formativas en colaboración con otros servicios municipales, al Servicio de Telesistencia y al Servicio de atención telefónica al ciudadano 010 Línea Madrid.

Por otra parte, y considerando que una de las vías más eficaces para mejorar los servicios públicos municipales es la formación constante y permanente de sus profesionales, se ha establecido una política de formación del personal que trabaja en los servicios municipales de consumo con la realización de cursos específicos, que sirven de base para la actualización de conocimientos sobre la normativa general y sectorial en lo que afecta a la protección de los derechos de los consumidores.

En 2014 se han realizado un total de 1.239 acciones formativas frente a las 1.264 del año inmediatamente anterior. El número de participantes en las actividades de formación ha sido de 17.919. Las actividades del programa se describen a continuación.

II.1. PROGRAMA DE FORMACIÓN EN CONSUMO.

Acciones formativas dirigidas al consumidor.

El Programa de Formación 2014 ha incluido una oferta diversificada de acciones formativas fundamentalmente dirigida a los colectivos que, conforme a la normativa vigente, deben ser objeto de especial protección, es decir: escolares, discapacitados, inmigrantes y personas mayores.

Se ha actuado en 94 centros escolares, 15 centros de inmigrantes y discapacitados, 12 centros de educación de adultos y 21 centros municipales de mayores, distribuidos en todos los distritos de la ciudad.

En el conjunto de estas actividades formativas dirigidas al consumidor han participado un total de 16.493 consumidores.

En cuanto a su tipología, las acciones formativas destinadas a consumidores se clasifican en las siguientes categorías:

- **Talleres de consumo.**

Son actividades educativas monográficas que tratan temas básicos de consumo de manera práctica e interactiva con los participantes. Van dirigidos al colectivo escolar, abarcando todos los niveles del ciclo educativo, desde la educación infantil al bachillerato, y constituyen una actividad complementaria a la enseñanza reglada. El número total de talleres celebrados en 2014 ascendió a 536, en los que participaron 11.810 alumnos. Las temáticas de los talleres desarrollados las eligieron los propios centros dentro de una variada oferta, que se indica a continuación.

Como complemento necesario del nuevo de asesoramiento en la gestión de la economía doméstica implantado en 2014, y con objeto de formar a las nuevas generaciones, se ha introducido una nueva temática dentro de las ofertadas que trata de enseñar a los escolares a gestionar mejor su propio presupuesto personal. De esta materia específica se desarrollaron un total de 43 talleres, 33 de ellos impartidos en grupos de enseñanza primaria, 9 de enseñanza secundaria y 1 en formación profesional. Estos talleres específicos han tenido buena acogida como demuestra la valoración obtenida de 4,73 puntos sobre 5.

Talleres de consumo
C omercio Justo.
C onsumo responsable.
G estión de la economía doméstica personal y familiar.
L as redes sociales y su utilización.
N uevas tecnologías y comercio electrónico.
O cio, juegos y juguetes.
P ublicidad y medios de comunicación.
R eclamaciones y denuncias de consumo.
B anca y servicios financieros.
S aber comprar.
S alud y seguridad de los productos.
S uministros básicos.

En determinados talleres, como los de "Salud y seguridad de los productos", "Publicidad y medios de comunicación", y de "Gestión de la economía doméstica", con la misma temática base se ofertan varios talleres que difieren en cuanto a su contenido concreto y desarrollo, cuestión imprescindible para que la actividad formativa se adecue al ciclo educativo y edades de los alumnos a los que va dirigida. Por el contrario, otras temáticas son específicas de un determinado ciclo educativo.

Al término de cada taller cada centro rellena una ficha de evaluación de los resultados y desarrollo. La evaluación efectuada arroja una valoración media de 4,69 puntos sobre 5, lo que permite concluir que existe un grado notable de satisfacción de los destinatarios y que esta actividad formativa ha cumplido las expectativas de los centros solicitantes.

- **Gymkanas de consumo.**

Se trata de una actividad formativa que plantea de manera práctica diversas pruebas que debe superar el participante, enfocadas a un consumo responsable de productos y servicios. El aprendizaje se potencia a través del formato de la actividad, que combina aspectos lúdicos, manipulativos y competitivos. Esta acción formativa se dirige a colectivos de discapacitados e inmigrantes. En el año 2014 se han desarrollado 5 gymkanas de consumo, con un total de 95 participantes. En la evaluación efectuada por los participantes en esta actividad se le otorga una puntuación media de 4,90 puntos sobre 5.

- **Supermercado itinerante.**

En la representación de un supermercado, los alumnos actúan y reciben información sobre diversos aspectos relativos a la compra: necesidades dietéticas,

presupuesto previo, la lista de la compra, el tique de caja y la interposición de una reclamación, entre otros temas. Va dirigido a los colectivos de inmigrantes y discapacitados. Se desarrollaron un total de 13 supermercados, con 234 participantes. En la evaluación efectuada por los participantes en esta actividad se le otorga una puntuación media de 4,71 sobre 5.

- **Actividades para mayores.**

Puntos informativos instalados en 21 centros municipales de mayores, uno por cada distrito, en los que durante tres horas un técnico en consumo atiende las consultas de las personas que acuden al centro. Los centros fueron seleccionados por la Dirección General de Mayores y Atención Social, del Área de Gobierno de Familia, Servicios Sociales y Participación Ciudadana.



Durante esta actividad, se distribuye la guía divulgativa "Los mayores y el consumo", en la que se tratan los temas de consumo de mayor interés para este colectivo, tales como: saber comprar, cómo reclamar, publicidad, etiquetado de los productos, consumo responsable, transportes, bancos, electricidad, gases combustibles y compras a través de Internet, entre otros.

Por otro lado, en estos puntos informativos, se facilitaba la posibilidad de presentar reclamaciones dirigidas a la OMIC del Ayuntamiento de Madrid.

Centros de mayores participantes en el Programa de Formación 2014

Centro Municipal	Distrito	Centro Municipal	Distrito
Benito Martín Lozano	Centro	Zofío	Usera
Pérez Galdós	Retiro	Luca de Tena	Arganzuela
Maestro Alonso	Salamanca	Isaac Rabín	Moratalaz
Leñeros	Tetuán	Huerta de la Salud	Hortaleza
Lucero	Latina	San Juan Bautista	Ciudad Lineal
Vocal Vecino Justo Sierra	Fuencarral-El Pardo	Villaalonso	Villaverde
Aravaca	Moncloa-Aravaca	Villa de Vallecas	Villa de Vallecas
Vicálvaro	Vicálvaro	Pablo Casals	San Blas-Canillejas
Blasco de Garay	Chamberí	Entrevías	Puente de Vallecas
San Vicente de Paúl	Carabanchel	Teresa de Calcuta	Barajas
Prosperidad – Santa Hortensia	Chamartín		

A los consumidores atendidos en los puntos de información se les ha solicitado rellenar una breve encuesta con la que se intenta, por un lado, recoger datos sobre las cuestiones de consumo que más incidencia tienen en el colectivo de personas

mayores y por otro acercarles la información sobre cómo ejercer sus derechos como consumidores.

Los datos de las 634 encuestas realizadas indican que un 39,74% de los consumidores mayores han tenido algún problema relacionado con el consumo durante el último año, siendo la mayor parte de los mismos relativos al grupo de los suministros, principalmente a la electricidad y, en menor medida, al gas.

El 54% de los mayores no sabe cómo formular una reclamación y un 57% no conoce la forma de solicitar información sobre consumo. Estos datos ponen de manifiesto la importancia de insistir en acciones formativas e informativas para este colectivo y de incluir dentro de las prestaciones municipales servicios de apoyo que faciliten la presentación de reclamaciones y otros trámites a estos colectivos.

- **Sesiones formativas para adultos.**

Acción formativa de dos horas de duración en la que se exponen y debaten temas básicos de consumo. Se imparten en centros de adultos. Las temáticas tratadas en cada centro se han organizado en función de las necesidades del grupo destinatario, dentro de la oferta formativa realizada:

- Los derechos generales de los consumidores.
- El Sistema Arbitral de Consumo.
- Publicidad y medios de comunicación.
- Consumo responsable.
- Comercio justo.
- Nuevas tecnologías y comercio electrónico.
- Salud y seguridad de los productos.
- La factura del agua y la luz. Liberalización energética.
- Banca. Contratos y servicios bancarios.
- Saber comprar.
- Ocio, juegos y juguetes.
- Venta ambulante ilegal.
- Gestión de la economía doméstica personal y familiar.

En 2014 se realizaron un total de 45 sesiones formativas, en 12 centros de formación de personas adultas de la ciudad de Madrid. Estas sesiones formativas contaron con 1.080 asistentes. La evaluación de estas sesiones formativas por los participantes arrojó una puntuación de 4,75 puntos sobre 5.

Acciones formativas dirigidas a los empresarios.

- **Campaña de visitas personalizadas a establecimientos comerciales.**

Dentro del programa anual de formación, desde el año 2007 se realiza una campaña informativa dirigida a establecimientos comerciales, que se desarrolla a través de visitas personalizadas a los establecimientos.

Los objetivos más destacados de estas campañas son:

- Elevar la calidad de los servicios de los comercios madrileños mediante la formación en consumo de los comerciantes y empresarios.
- Informar a los establecimientos de la obligatoriedad de tener hojas de reclamaciones oficiales a disposición de los consumidores y mostrar en lugar visible el cartel informativo de su disponibilidad.
- Informar acerca del Sistema Arbitral de Consumo, de sus ventajas y compromisos, y facilitar la documentación necesaria para la adhesión del comercio al Sistema.

- Informar sobre los Códigos de Buenas Prácticas y proporcionar documentación sobre el código específico del sector comercial visitado, si lo hubiere.

A este respecto, en cada visita se hace entrega al comerciante de una carpeta con documentación general relativa a los derechos básicos del consumidor y, en particular, de la obligatoriedad de tener hojas de reclamaciones del sistema unificado y del cartel indicativo de su disponibilidad.

Se comprueba también si está adherido al Sistema Arbitral de Consumo o al Código de Buenas Prácticas del Sector. Si no es así, se explica en qué consisten estos instrumentos voluntarios y se les hace entrega de documentación al respecto, junto con los impresos oficiales de adhesión.

En el Programa de Formación en Consumo 2014 se han realizado visitas personalizadas a 598 establecimientos. Las zonas de actuación se seleccionaron en coordinación con la Dirección General de Comercio y Desarrollo Económico "Madrid Emprende". Las zonas de actuación en el año 2014 han sido las siguientes:

Distrito / Zona	Establecimientos visitados
Ciudad Lineal (c/ Alcalá)	246
Centro (Salesas)	217
Centro (Rastro)	135
TOTAL	598

Del total de 598 establecimientos visitados, 20 se encontraban ya adheridos al Sistema Arbitral de Consumo; a los comercios restantes se les ha facilitado información general sobre este sistema y la documentación necesaria para la solicitud de adhesión. De los establecimientos visitados, 228 pertenecen a un sector que dispone de Código de Buenas Prácticas, de los cuales 7 están adheridos al Código sectorial correspondiente; se le ha facilitado información sobre el mismo a los 221 restantes.

Programa de Formación en Consumo 2014			
Destinatarios	Tipo de acción	Nº de acciones	Nº participantes
Consumidores	Talleres de consumo	536	11.810
	Gymkanas de consumo	5	95
	Supermercado itinerante	13	234
	Sesiones formativas para adultos	45	1.080
	Sesiones en centros municipales de mayores	21	3.274
Empresarios	Visitas a establecimientos comerciales	598	598
TOTALES		1.218	17.091

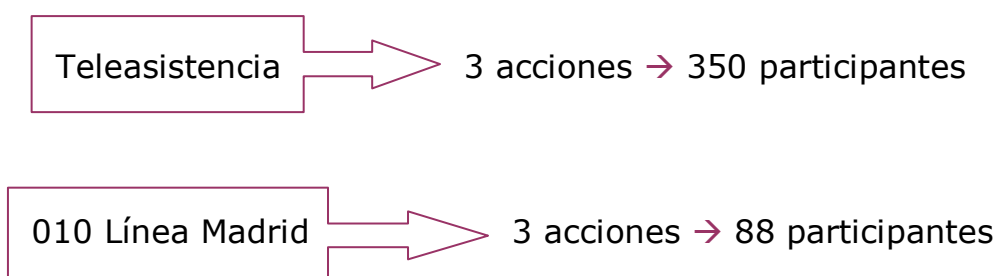
II.2. OTRAS ACTIVIDADES DE FORMACIÓN.

Sesiones formativas en colaboración con otros servicios municipales.

Se han incluido sesiones formativas en colaboración con otros servicios municipales.

- Dentro de la colaboración establecida con la Dirección General de Mayores y Atención Social, se impartieron 3 sesiones formativas a los coordinadores de los grupos de los servicios municipales de Teleasistencia, Ayuda a domicilio y Comedor que el Ayuntamiento de Madrid ofrece al colectivo de mayores. En estas sesiones se explican aspectos generales de consumo, haciendo particular énfasis en los de la guía Los Mayores y el Consumo y se da información sobre cómo presentar una reclamación de consumo, para que estos agentes sirvan de medio de comunicación con las personas mayores. A estas sesiones asistieron un total de 350 personas.
- A petición de la Subdirección General de Atención al Ciudadano, se impartieron tres sesiones formativas al Servicio de atención telefónica al ciudadano, 010 Línea Madrid, para actualizar información y conocimientos en materia de consumo y así poder ofrecer al ciudadano un mejor servicio. A estas sesiones asistieron un total de 88 participantes.

Así pues, el total de alumnos en las seis sesiones formativas anteriores fue de 438.



Formación especializada en materia de consumo para los empleados públicos del Ayuntamiento de Madrid.

Con carácter anual, el Instituto Municipal de Consumo, en colaboración con el Instituto de Formación y Gobierno Local del Ayuntamiento de Madrid desarrolla actividades de formación dirigidas a todo el personal cuyo trabajo tiene relación con consumo.

Esta labor de formación tiene como objetivo dotar a los empleados municipales de niveles de capacitación técnica óptima para el desarrollo de su labor diaria de atención al ciudadano en las OMIC y en las labores de inspección y de arbitraje.

En año 2014, las labores formativas realizadas fueron las siguientes:

- Regulación normativa de los suministros de agua, gas y electricidad. Una edición, con una duración de 21 horas y 20 alumnos.
- Garantía de los Productos y Servicios Posventa. Una edición, con una duración de 15 horas y 20 alumnos.
- Condiciones generales y cláusulas abusivas. Dos ediciones, con una duración de 21 horas y 20 alumnos por edición.
- Compra y Alquiler de Viviendas. Ley de Propiedad Horizontal. Dos ediciones, con una duración de 15 horas y 20 alumnos por edición.

- Comercio Online: Dos ediciones, con una duración de 21 horas y 20 alumnos por edición.

Las evaluaciones sobre la impartición de estas acciones formativas para empleados municipales han tenido una elevada aceptación por parte de los asistentes a dichos cursos.

Asimismo, con ocasión de la entrada en vigor de la Ley 3/14, de 27 de marzo, de Reforma del texto Refundido de la Ley de Defensa de Consumidores, se celebraron los días 12 y 13 de junio de 2014 sendas jornadas municipales dirigidas a todos los inspectores del consumo del Ayuntamiento de Madrid, con una asistencia de 80 personas.

Con el debate y conclusiones resultantes de estas jornadas se elaboraron los informes y propuestas de consultas para homogeneizar la interpretación en la aplicación de esta nueva normativa de consumo a nivel municipal.

Actividades de formación dirigidas a empresarios.

Además de las actividades en establecimientos comerciales que se incluyen en el Programa de Formación en Consumo, el Instituto Municipal de Consumo realiza actividades formativas para facilitar a los empresarios madrileños la información necesaria para el correcto ejercicio de su actividad. Durante el año 2014 se llevaron a cabo dos actuaciones.

En colaboración con la Asociación de Comerciantes, Autónomos y Pequeñas Empresas del Barrio de las Letras, se realizó un ciclo de tres ponencias para informar a sus asociados sobre la legislación de garantía de los productos, el comercio electrónico y las reclamaciones de consumo.

Por otra parte, como respuesta al crecimiento constante del comercio electrónico, se han desarrollado dos sesiones formativas en colaboración con la Dirección General de Comercio y Desarrollo Económico "Madrid Emprende", dirigidas a los viveros de empresas de los distritos de Carabanchel y Vicálvaro, sobre comercio electrónico y medios electrónicos de pago, servicios post-venta y garantía de los productos.

Estas acciones formativas contaron con un total de 150 participantes.

Resumen de acciones formativas 2014		
	Nº acciones	Nº participantes
Programa de formación en consumo	1.218	17.091
Servicios municipales	6	438
Formación empleados públicos del Ayuntamiento de Madrid	10	240
Acciones formativas dirigidas a empresarios	5	150
TOTAL	1.239	17.919



LÍNEA DE ACCIÓN III

ACTUACIONES SOBRE CONSUMO DIRIGIDAS AL EMPRESARIO

Una de las líneas de acción prioritarias para el Instituto Municipal de Consumo es promover la elaboración de Códigos de Buenas Prácticas, manuales y documentos informativos en nuevos sectores empresariales, comerciales y profesionales.

Estas actuaciones se configuran como el elemento complementario de la inspección llevada a cabo por la Administración municipal, ya que promueven el cumplimiento de la normativa que afecta a cada sector empresarial y fomentan la responsabilidad social corporativa empresarial hacia el consumidor.

Dentro de la línea de fomento del autocontrol y el desarrollo e implantación de Códigos y Manuales de Buenas Prácticas en nuevos sectores, durante el ejercicio 2014 se han ejecutado las actuaciones que se indican a continuación.

Elaboración y edición de Códigos de Buenas Prácticas en nuevos sectores empresariales.

Con fecha 19 de diciembre de 2014 fue aprobado por el Ayuntamiento de Madrid el Código de Buenas Prácticas en el Sector de Aves, Huevos y Caza, tras ser informado favorablemente por el Consejo de Consumo de la Comunidad de Madrid. Será implantado en el primer trimestre de 2015, ofertando la adhesión al mismo a un total de 278 empresarios y profesionales dedicados a la actividad de comercio menor de aves, huevos y caza ubicados en la capital.



Este Código se configura como instrumento de referencia para las empresas pertenecientes al sector de aves, huevos y caza, y pretende facilitar el desarrollo de unas prácticas empresariales responsables y correctas por parte de las mismas desde el cumplimiento de los requisitos legales aplicables al desarrollo de su actividad, así como fomentar la adopción de una serie de compromisos de actuación que exceden del marco normativo, aportando un valor añadido, lo que permitirá alcanzar nuevas cotas de calidad y, en consecuencia, satisfacer las exigencias y demandas de los consumidores.

Revisión y actualización de Códigos de Buenas Prácticas aprobados.

Conforme a lo establecido en el artículo 32 de la Ordenanza de Consumo de la Ciudad de Madrid, de 30 de marzo de 2011, la revisión de los Códigos de Buenas Prácticas se ha de llevar a cabo transcurridos cuatro años desde su aprobación, y

siempre que se produzca alguna modificación normativa que afecte sustancialmente su contenido.

Durante el ejercicio 2014 se ha realizado la revisión, actualización y nueva edición del Código de Buenas Prácticas en el Comercio de Electrodomésticos y Aparatos de uso doméstico.

Desarrollo del Plan de comunicación e implantación de Códigos de Buenas Prácticas.

Con objeto de difundir entre los distintos sectores empresariales los Códigos de Buenas Prácticas, el Instituto Municipal de Consumo ha desarrollado una acción informativa mediante mailing dirigida a un total de 4.810 empresarios.

Además, se ha llevado a cabo en 245 establecimientos una campaña de comunicación directa dirigida a los empresarios de forma individualizada, cuyas adhesiones a los códigos se han tramitado a lo largo de todo el ejercicio 2014. Esta campaña ha tenido como objetivo dar a conocer a los empresarios pertenecientes a los distintos sectores objeto de Códigos de Buenas Prácticas la existencia y contenido de los mismos, así como las ventajas y condiciones de su adhesión a fin de que puedan materializarla.

Número de establecimientos adheridos a Códigos de Buenas Prácticas.

La adhesión a los Códigos de Buenas Prácticas por parte de las empresas es voluntaria e implica el cumplimiento de los requisitos legales aplicables a cada sector, así como de los compromisos de actuación contenidos en los mismos.

Durante 2014 se han tramitado un total de 227 expedientes de adhesión a Códigos de Buenas Prácticas, habiéndose materializado ésta en el caso de 84 nuevas empresas.

En el cuadro adjunto, se refleja el número de expedientes tramitados anualmente, así como el número de empresas adheridas a los Códigos de Buenas Prácticas, cifra que ha ido incrementándose progresivamente.

Número de empresas adheridas a los Códigos de Buenas Prácticas		
Año	Expedientes tramitados	Autorizaciones de adhesiones acumuladas
2007	207	592
2008	205	616
2009	262	752
2010	193	819
2011	250	932
2012	239	1.090
2013	140	1.167
2014	227	1.248 ¹

¹Al finalizar 2014, y habiéndose producido baja en 3 empresas con motivo del cese de la actividad, el número total de empresas adheridas a los diferentes Códigos de Buenas Prácticas era de 1.248.



LÍNEA DE ACCIÓN IV

INVESTIGACIÓN Y CONTROL DE MERCADO

Uno de los propósitos esenciales de la política del Ayuntamiento de Madrid y de los distritos, es que los ciudadanos tengan confianza en que los productos y servicios puestos a su disposición por los empresarios madrileños cumplen sus expectativas y respetan sus derechos.

En este sentido, el Ayuntamiento de Madrid, a través de las actividades de control de mercado y del estudio o investigación del mismo, previene, detecta y corrige posibles incumplimientos relativos a las garantías y exigencias legales vigentes sobre protección de la salud, la seguridad y los legítimos intereses económicos de los consumidores.

IV.1. PROGRAMA DE INVESTIGACIÓN.

La Oficina Municipal de Investigación de Consumo fue creada por Acuerdo de la Junta de Gobierno de la Ciudad de Madrid de 11 de noviembre de 2010, y responde al objetivo de reforzar la protección efectiva de los derechos e intereses de los consumidores en sus relaciones de consumo.

La actuación de la Oficina, dirigida a la investigación de problemas a los que se enfrenta el consumidor, procede de la evolución experimentada por las políticas de consumo, en las cuales la estricta protección de los consumidores debe verse complementada con el necesario reforzamiento de sus derechos en un mercado cada vez más complejo, para facilitar su bienestar personal y social.

Conforme a la programación contenida en el Plan de Acción que se aprobó para el ejercicio, la Oficina Municipal de Investigación de Consumo ha elaborado durante 2014 los siguientes informes:

- *"Proceso de contratación electrónica y condiciones contractuales utilizadas por empresas que ofrecen descuentos online en el precio de productos a proveer por terceros"*. En dicho documento se analiza la naturaleza y principales características de este tipo de contratos, así como las condiciones de contratación y las políticas de privacidad utilizadas por quince empresas que comercializan, a través de sus respectivas webs, distintos tipos de descuentos dirigidos a consumidores.
- *"Análisis de las condiciones de contratación utilizadas por empresas de venta fuera de establecimiento"*. Se basa en una muestra de dieciséis empresas a las cuales la inspección municipal ha requerido un ejemplar de la documentación contractual que utilizan en este tipo de oferta comercial a consumidores, con la finalidad de comprobar su adecuación a la modificación del texto refundido en materia de consumo operada por la Ley 3/2014, de 27 de marzo.
- *"Documentación contractual utilizada por empresas de suministros de energía eléctrica, gas natural y agua"*. Se analiza la documentación contractual utilizada por seis empresas comercializadoras del suministro de energía eléctrica, gas natural y agua de consumo humano.
- *"Documentación contractual utilizada por empresas intermediarias en la prestación de servicios relacionados con la vivienda"*. En este informe se han analizado las condiciones contractuales utilizadas por doce empresas que

prestan servicios de intermediación inmobiliaria a consumidores, que consisten fundamentalmente en la gestión de compraventas y de arrendamientos de viviendas y otros elementos de naturaleza inmueble asociados a aquellas.

- ADICAE Madrid ha iniciado, por encargo del Instituto Municipal de Consumo el estudio "*El préstamo hipotecario: realidad, retos y perspectivas para los consumidores madrileños*", en el que se aborda la actuación de las principales entidades concedentes en materia de información precontractual, condicionados, contratos y publicidad y se reseñan las prácticas y cláusulas que pudieran revestir carácter abusivo.

Los informes de investigación han analizado también las cláusulas no ajustadas a derecho identificadas en los condicionados contractuales de las empresas incluidas en la respectiva muestra; los elementos de abusividad identificados incluyen la presunta limitación del derecho de protección de datos.

La Oficina de Investigación ha emitido también informe en relación con cuestiones como las siguientes:

- Fundamento de la legitimación del Ayuntamiento de Madrid para el ejercicio de acciones colectivas en defensa de los derechos de los consumidores.
- Identificación de irregularidades en la documentación contractual utilizada por tres empresas de mantenimiento de instalaciones de gas que han visitado directamente a consumidores en sus domicilios.
- Propuesta de expediente para la designación del Ayuntamiento de Madrid como entidad habilitada por la Comisión Europea para el ejercicio de acciones judiciales en defensa de los consumidores.

Acción de cesación contra dos empresas de venta a domicilio.

El Ayuntamiento de Madrid, por iniciativa del Instituto Municipal de Consumo, ha demandado judicialmente el cese de determinados actos de engaño y prácticas agresivas en que dos empresas vienen incurriendo en la contratación que realizan con consumidores. Estos son en gran medida personas mayores de muy limitados recursos económicos, cuya potencial vulnerabilidad resulta afectada como consecuencia de prácticas empresariales que les inducen, mediante engaño y prácticas de venta agresivas, a adquirir compromisos económicos y a impedirles que puedan anular los contratos suscritos.

La Oficina Municipal de Investigación de Consumo ha analizado 115 contratos suscritos por 94 consumidores reclamantes, que ofrecen los siguientes datos:

- El volumen total de negocio con motivo de la contratación denunciada por los consumidores incluidos en la muestra es de 506.240 euros.
- El precio medio de cada contrato supera los 4.400 euros.
- La edad media de los reclamantes es de 72 años.

La acción de cesación instada por los servicios jurídicos del Ayuntamiento de Madrid viene recogida en el artículo 53 y siguientes del Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias.

El ejercicio de acciones judiciales en este caso se dirige contra un comportamiento empresarial desleal de carácter estable y continuado en el tiempo que se infiere de las manifestaciones de reclamantes quienes, sin tener relación alguna entre sí, han ido denunciando actos y prácticas cuya existencia efectiva sólo es susceptible de dilucidarse en sede judicial.

IV.2. ACTIVIDADES DE INSPECCIÓN.

Uno de los propósitos esenciales del Ayuntamiento de Madrid es que los ciudadanos tengan confianza en que los productos y servicios puestos a su disposición por los empresarios madrileños cumplen sus expectativas y respetan sus derechos.

En este sentido, el Instituto Municipal de Consumo y los Distritos de la ciudad de Madrid, a través del control de mercado y del estudio o investigación del mismo, previenen, detectan y corrigen posibles incumplimientos relativos a las garantías y exigencias legales vigentes sobre protección de la salud, la seguridad y los legítimos intereses económicos de los consumidores.

Para llevar a término el cumplimiento de estos objetivos se han realizado actividades programadas de inspección, actuaciones que tienen su origen en denuncias y reclamaciones de los consumidores y actuaciones en seguridad de los productos y toma de muestras.

Actividades programadas de inspección.

A través de los controles realizados en los establecimientos comerciales ubicados en la ciudad de Madrid, se obtiene información relevante para conocer el grado de cumplimiento por parte de los diversos sectores comerciales.

Las campañas realizadas han sido seleccionadas atendiendo a diferentes criterios: el de continuidad respecto a las iniciadas en años anteriores por tratarse de actividades que exigen una actividad inspectora de vigilancia continua; por la cantidad de reclamaciones y denuncias presentadas por los consumidores en diversos sectores; campañas novedosas en las que se inspeccionaron sectores en los que todavía no se había llevado a cabo un control de forma específica; y, sectores en los que se examinó el cumplimiento de nueva normativa de aplicación en el mercado.

Durante 2014 los servicios municipales de consumo han realizado las siguientes actuaciones:

- Nº campañas de inspección ⇒ 20
- Nº inspecciones en campaña ⇒ 11.263
- Nº de actuaciones fuera de campaña ⇒ 228
- Total inspecciones ⇒ 11.491
- Nº productos controlados ⇒ 2.899
- Nº de actas levantadas en total ⇒ 3.830

Campañas de inspección 2014			
	Inspecciones realizadas	Productos controlados	Nº de Actas
SERVICIO DE INSPECCIÓN DE CONSUMO + DISTRITOS MUNICIPALES			
Navidad	359	1.112	100
SUBTOTAL	359	1.112	100
SERVICIO DE INSPECCIÓN DE CONSUMO			
Toma de muestras	118	0	118
Seguridad de los productos (Red de Alerta)	1.956	0	451
Venta por Internet	128	0	73
Gimnasios	201	147	100
Compraventa de oro	20	62	19
Artículos menores de 3 años	63	335	16
Etiquetado textil	145	819	14
Funerarias	14	0	7
SUBTOTAL	2.645	1.363	798
DISTRITOS MUNICIPALES			
Control general de establecimientos	4.107	0	1.575
Control general de venta ambulante y mercadillos	880	298	269
Promoción de ventas	961	0	N/A ¹
Peluquerías	1.334	0	527
Folletos publicitarios	98	0	62
Enseñanza no reglada	283	0	151
Tiendas de segunda mano	212	0	90
Bicicletas	51	126	37
Arreglos de ropa	209	0	92
Locutorios	114	0	64
Garantías de productos	10	0	0
SUBTOTAL	8.259	424	2.867
TOTAL CAMPAÑAS	11.263	2.899	3.765
Otras actuaciones (Oficio, denuncias, reclamaciones y otras no programadas)	228	0	65
TOTAL ACTUACIONES	11.491	2.899	3.830

¹ N/A significa que se levantó acta conjuntamente con la campaña de Control General de Establecimientos, el dato está ya contabilizado en el total de las actas de las campañas.

Actuaciones por denuncias o reclamaciones.

El Servicio de Inspección ha tramitado durante 2014 a través de la Oficina Municipal de Investigación de Consumo, 119 reclamaciones y denuncias remitidas por el Servicio de Información al Consumidor, los Distritos y la Comunidad de Madrid (Direcciones Generales de Consumo y de Seguridad e Interior), al apreciar en ellas alguna irregularidad de la empresa afectada que requiere la realización de actuaciones inspectoras en aplicación de las normativas de consumo o de espectáculos públicos.

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

Cuando se detecta que un artículo puesto en el mercado es peligroso, en cuanto que supone un riesgo importante para la salud y la seguridad de los consumidores, se pone en marcha el mecanismo de Red de Alerta.

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

Con objeto de aumentar la eficacia en este tipo de actuaciones, desde el año 2010 se estableció un marco de cooperación entre el Instituto Municipal de Consumo y la Unidad de Medio Ambiente de la Policía Municipal para la localización y retirada del mercado de productos peligrosos. Estas acciones por parte de la Policía Municipal se complementan con las realizadas con el objetivo de localizar y retirar del mercado productos falsificados.

Las actuaciones realizadas en 2014 han sido:

Actuaciones Red de Alerta 2014	
Nº Actuaciones TOTALES	2.164
Instituto Municipal de Consumo	1.956
Policía Municipal	208
Nº Actas levantadas	468
Instituto Municipal de Consumo	451
Policía Municipal	17
Nº Productos retirados	5.418
Instituto Municipal de Consumo	5.266
Policía Municipal	152
Operación BLACKTOYS	6.955
Productos retirados sin estar en red de alerta	6.266
Productos retirados en red de alerta	689

Operación Blacktoys.

El Instituto Municipal de Consumo, a través del Servicio de Inspección de Consumo, ha participado en esta operación de la Policía Municipal dentro de la campaña de Navidad junto a la Policía Nacional, la Agencia Tributaria y la Comunidad de Madrid. El objetivo de la campaña era la localización y, en su caso, incautación de juguetes peligrosos para los niños en comercios de Madrid. Los artículos intervenidos se incluyen en la Red de Alerta de productos peligrosos del Ministerio de Sanidad, Política Social e Igualdad y su uso por menores podía implicar un grave riesgo sanitario. Para la ejecución de esta campaña de inspección se montó un operativo conjunto y simultáneo con agentes de la Unidad de Delincuencia Especializada y Violenta de la Central de la Comisaría General de Policía Judicial de la Policía Nacional, de la Unidad Central de Seguridad de la Policía Municipal de Madrid y de la Agencia Tributaria, así como integrantes de la Subdirección General de Inspección y Control de Mercado de la Comunidad de Madrid y del Instituto Municipal de Consumo del Ayuntamiento de Madrid.

Entre los artículos intervenidos hay peluches, llaveros láser, gafas luminosas, anillos de goma o molinillos voladores que conllevaban riesgos diversos, tales como asfixia, daños gastrointestinales, intoxicación, incendio, quemaduras y riesgo bacteriológico.

IV.3. ACTUACIONES SANCIONADORAS Y MEDIDAS PREVENTIVAS.

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

A este respecto, el número de expedientes sancionadores incoados por el Instituto Municipal de Consumo en el año 2014 ha sido de 214, y la cuantía de las multas impuestas ascendió a 816.253 euros.

Uno de los objetivos de los servicios municipales de consumo del Ayuntamiento de Madrid es promover el adecuado ejercicio de la actividad empresarial, fomentando el cumplimiento de la normativa de protección de los derechos de los consumidores por parte de los diferentes sectores económicos que operan en nuestra ciudad.

Con este fin, el Instituto Municipal de Consumo se ha reunido con ASESQA (Asociación Española de Aparcamientos y Garajes), ASOMED (Asociación Madrileña de empresarios de servicios deportivos), CASH CONVERTERS (establecimientos de venta de productos de segunda mano), CEIM (Confederación Empresarial de Madrid), CÁMARA DE COMERCIO, LA ÚNICA (Asociación Madrileña de Empresarios de Alimentación y Distribución), COCEM (Confederación de Comercio Especializado de Madrid), ANGED (Asociación Nacional de Grandes Empresas de Distribución), ASEDAS (Asociación Española de Distribuidores, Autoservicios y Supermercados), ACES (Asociación de Cadenas Españolas de Supermercados), UNIPYME (Unión de Organizaciones de Pequeña y Mediana Empresa y Empresarios Autónomos de Madrid), FNAE (Federación Nacional de Asociaciones de Esteticistas), CECOMA (Confederación de Empresarios de Comercio Minorista, Autónomos y de Servicios de la Comunidad de Madrid), CEC (Confederación Española de Comercio), ACADE (Asociación de Centros Autónomos de Enseñanza Privada), ASEPROCE (Asociación Española de Promotores de Cursos en el Extranjero), Asociación de Centros Autónomos de Enseñanza Privada, MOTHERCARE (complementos y moda de maternidad y de niños), PROBICI (Asociación Empresarial de Servicios de la Bicicleta), ACEMA (Asociación de Comerciantes de Electrodomésticos Mayoristas y Autónomos) y KIDS AND US (centro de enseñanza de inglés para niños de 1 a 18 años).

LÍNEA DE ACCIÓN V

PARTICIPACIÓN, COLABORACIÓN Y COORDINACIÓN EN CONSUMO

El Instituto Municipal de Consumo ha desarrollado a lo largo de los últimos años diferentes actividades de participación, colaboración y coordinación con agentes sociales, económicos e institucionales. Como resultado de estas acciones se han desarrollado en este periodo 2014 las siguientes actuaciones:

V.1. COORDINACIÓN Y COLABORACIÓN INTERADMINISTRATIVA.

Colaboración en materia de consumo con los Distritos y otras unidades del Ayuntamiento de Madrid.

El Acuerdo de Junta de Gobierno de 14 de junio de 2012 encomendó al Instituto Municipal de Consumo la coordinación en materia de consumo de los distritos. Esta coordinación conlleva el desarrollo de diferentes actuaciones para impulsar la mejora de los servicios que en este ámbito presta el Ayuntamiento a los ciudadanos, desde los principios de seguridad jurídica y colaboración entre los agentes públicos implicados en la protección de los consumidores madrileños

Las actuaciones desarrolladas con este fin en el 2014 han sido:

- **Reuniones con los distritos.**

Se ha mantenido reuniones trimestrales con los representantes de los Departamentos de Servicios Sanitarios, Calidad y Consumo y los Jefes de Sección de Gestión de Calidad y Consumo de los 21 Distritos, incluyendo en el orden del día aquellas actuaciones y materias que requerían una puesta en común.

- **Mantenimiento del espacio Ayre/distritos/Consumo.**

Se ha realizado el mantenimiento del espacio Ayre dedicado a consumo en la intranet municipal, incluyendo los documentos de trabajo necesarios para unificar los criterios de actuación en las labores desarrolladas, eliminando aquellos contenidos no vigentes.

Uno de los principales contenidos de dicho espacio es la resolución de consultas formuladas por el personal adscrito a los Departamentos de Servicios Sanitarios, Calidad y Consumo, con funciones en materia de consumo. A este respecto, se han elaborado 8 informes en respuesta a dichas consultas.

- **Gestión de las campañas de inspección de consumo a realizar por los distritos en 2014, a través del foro Ayre/distritos/consumo.**

En este foro, integrado en el espacio Ayre y restringido a las campañas de inspección, el personal que desarrolla estas labores puede aportar alegaciones y sugerencias a los protocolos de las campañas, así como mantener una gestión conjunta y simultánea de las incidencias surgidas con ocasión de su ejecución.

En este sentido, se ha realizado la programación de 10 campañas de inspección, determinando las directrices para su ejecución a través del foro. Las campañas incluidas han sido:

- Inspección y control de venta de productos de segunda mano.
- Inspección y control de academias de enseñanza no reglada.
- Inspección y control de establecimientos de venta y alquiler de bicicletas.
- Inspección y control de peluquerías, centros de estética, manicura y pedicura.
- Inspección y control general de establecimientos.
- Inspección y control de venta ambulante autorizada.
- Inspección y control de promoción de ventas.
- Campaña de Navidad.
- Campañas no programadas: Campaña de inspección y control de locutorios y campaña de inspección de establecimientos de arreglo de ropa.

A través del foro, el personal técnico de consumo de los 21 distritos ha formulado sugerencias de mejora de los protocolos utilizados en cada campaña, así como consultas sobre criterios de actuación, que fueron evaluadas e incorporadas a los protocolos definitivos. Han destacado la participación en las campañas de inspección y control de venta de productos de segunda mano (279 visitas con la elaboración de dos informes como respuesta a las consultas formuladas) y la de inspección y control de academias de enseñanza no reglada (419 visitas con la elaboración de tres informes como respuesta a las consultas formuladas). En total este foro ha sido visitado en 1.724 ocasiones por personal municipal.

Este año se incluyeron en dicho foro dos nuevos temas, uno con motivo de la nueva la Ley 3/2014, de 27 de marzo, que modificaba el Real Decreto legislativo 1/2007, de 16 de noviembre, que aprueba el texto refundido de la Ley General de Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias, y el segundo para transmitir la información generada en una alerta de seguridad de productos, la venta de productos elaborados con semillas de "*Abrus precatorius*" y semilla de "*Ormosia coccinea*".

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

En colaboración con el CIFSE se ha elaborado un programa de formación en consumo dirigido a Policía Municipal, que será impartido por técnicos del Instituto Municipal de Consumo a lo largo del 2015.

Esta iniciativa tiene como objetivo formar a los agentes municipales para adecuar su actuación a la normativa vigente sobre protección del consumidor, con especial incidencia en la localización, inmovilización y destrucción de productos peligrosos incluidos en Redes de Alerta.

Los destinatarios de dicha acción formativa serán 400 agentes de Policía Municipal y está previsto realizar 4 ediciones al año desarrollando dos ediciones al día, una jornada de mañana y otra de tarde con 24 horas lectivas en total. Los temas a tratar incluyen desde la organización competencial y servicios en materia de Consumo en el Ayuntamiento de Madrid, los planes de actuación municipales en esta materia, las actuaciones de inspección, seguridad de los productos o las funciones de la OMIC y de la Junta Arbitral de Consumo.

- **Comisión Informativa sobre la aplicación de la Instrucción del régimen sancionador en materia de consumo no alimentario.**

Mediante Decreto de la Alcaldesa de 17 de mayo de 2013 se creó la Comisión Informativa de Régimen Sancionador de Consumo del Ayuntamiento de Madrid.

Conforme a lo establecido en el Decreto de creación, el Delegado del Área de Gobierno de Seguridad y Emergencias dictó Decreto de 25 de junio de 2013 por el que se procedió al nombramiento de los miembros de la Comisión.

Durante el año 2014 se han celebrado dos reuniones de la Comisión, el 24 de junio y el 15 de diciembre. En dichas reuniones el órgano colegiado ha analizado la conveniencia de incorporar determinadas cuestiones a la Instrucción de 23 de mayo de 2011 aprobatoria del régimen sancionador de consumo con la naturaleza de la actividad comercial en la que el establecimiento incluye en alguno de los bienes que comercializa carteles que indican la bajada de precio del producto y las cláusulas abusivas identificadas en Webs de descuentos.

Entre los acuerdos adoptados por la Comisión de Régimen Sancionador durante 2014 se incluye el que considera que incurre en publicidad engañosa la actividad comercial en la que se anuncia la bajada de precios de productos sin adecuarla a los requisitos establecidos para las promociones de ventas.

- **Grupo de trabajo de coordinación de la inspección compuesto por la Agencia de Actividades, Madrid Salud y el Instituto Municipal de Consumo.**

En el periodo 2014, se ha estado trabajando con el objetivo de mejorar la coordinación de la actuación inspectora de las unidades adscritas a la Coordinación General de Control de Actividades Económicas, Sanidad y Consumo: Agencia de Actividades, Madrid Salud e Instituto Municipal de Consumo.

El Grupo de trabajo se ha reunido en dos ocasiones en los meses de junio y septiembre, adoptando criterios para la comunicación de las campañas de inspección con incidencia en otras unidades, la mejora de la coordinación de actuaciones con Policía Municipal, impulsar el carné de inspectores como medio de identificación más tuitiva del personal inspector, así como informar de las novedades legislativas relacionadas con la protección del consumidor que podrían incidir en las funciones de los integrantes de este grupo, como la nueva Ordenanza de Salubridad Pública o la Ley 3/2014 de modificación del Texto Refundido de la Ley de protección de consumidores y usuarios.

Asimismo se realizaron las labores de seguimiento sobre la remisión de actas de inspección conforme al Procedimiento específico de coordinación de actuaciones inspectoras en materia de licencias urbanísticas, sobre la campaña de inspección de empresas funerarias, sobre la coordinación de campaña de Navidad con Policía Municipal y sobre la remisión de actas de inspección a la Agencia de Actividades sobre la ausencia de los carteles del aforo en relación con algunos gimnasios.

- **Proyecto Innovando Juntos.**

El Instituto Municipal de Consumo ha participado en el diseño y desarrollo del proyecto de una de las cinco ideas seleccionadas en la iniciativa "Innovando Juntos", organizada por la Oficina de Atención Social del Área de Gobierno de Economía, Hacienda y Administración Pública, a través de la cual se pedía al colectivo de trabajadores municipales la propuesta de ideas de innovación en los servicios que se prestan al ciudadano.

El proyecto a cuyo desarrollo se ha colaborado – la Gestoría Social Municipal – consiste en la creación de una nueva unidad destinada a dar apoyo a los

ciudadanos con dificultades de autonomía personal (mayores, inmigrantes, discapacitados, personas con escaso nivel de conocimientos) para la obtención e interpretación de documentos, cumplimentación de impresos y formularios y, en general, para facilitar los trámites que deban realizar ante la Administración Pública o ante determinadas empresas de suministros. El resultado de esta colaboración se ha traducido en la confección de una memoria en la que se describen sus objetivos, destinatarios, funciones y fases de implantación, proyecto que se presentó en noviembre de 2014 ante el jurado encargado de la valoración y selección de los proyectos a implantar.

Esta necesidad social se hace evidente en las oficinas públicas y, en particular, en los Servicios Sociales Municipales. Acuden muchas personas que, por falta de apoyo familiar, precariedad económica, limitaciones físicas o dificultad de acceso a la información, a las que han de sumarse las barreras tecnológicas existentes por la brecha digital o la propia complejidad administrativa, tienen dificultades para acceder a los servicios públicos y realizar trámites de la vida diaria, de modo que se ven incapaces de interactuar con las diferentes Administraciones Públicas y con compañías privadas proveedoras de suministros o servicios.

Tal y como estaba previsto en la memoria del proyecto de innovación que se ha desarrollado, este nuevo servicio se va a implantar en 2015 con carácter piloto en dos centros de servicios sociales de Ciudad Lineal.

- **Participación en el proyecto "CIUDADES AMIGABLES CON LOS MAYORES".**

La Red Mundial de Ciudades Amigables con las personas mayores es un proyecto promovido por la Organización Mundial de la Salud que surge en respuesta a dos realidades que se considera tendrán un gran impacto a mediados del siglo XXI en Europa: el progresivo envejecimiento de la población mundial y la tendencia a vivir en las ciudades. El Ayuntamiento de Madrid se ha implicado en este proyecto que incluye una metodología de planificación estratégica, un diagnóstico cualitativo y cuantitativo y la elaboración de un plan de acción, actividades en las que ha participado el Instituto Municipal de Consumo.

El Instituto Municipal de Consumo ha colaborado en el trabajo de campo y en las propuestas de mejora. Así a lo largo del 2014 se ha participado en las reuniones de trabajo convocadas en la elaboración de los diferentes documentos y actividades realizados en desarrollo del proyecto.

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

El 3 de junio de 2013 se firmó el convenio de colaboración en materia de consumo entre la Comunidad de Madrid y el Ayuntamiento de Madrid, con el objetivo de definir los cauces de colaboración, participación y asistencia entre ambas administraciones.

El Convenio establece un marco de colaboración para el diseño y el desarrollo coordinado de acciones en los ámbitos de la información y formación de los consumidores; la tramitación de sus reclamaciones y la resolución de sus conflictos de consumo; el control de los productos y servicios puestos a disposición de los madrileños, mediante la inspección y el procedimiento sancionador; la implantación de las buenas prácticas y el autocontrol en las empresas madrileñas. A este respecto, cabe destacar lo siguiente:

- Acciones para la mejora de la información, formación y asesoramiento de los consumidores: Los servicios de consumo del Ayuntamiento y de la Comunidad de Madrid realizan de manera coordinada actividades de información y

formación de los consumidores madrileños, tales como el intercambio de material divulgativo y publicaciones de interés para el consumidor, y la puesta en marcha de programas coordinados de formación.

- Dentro de las labores que realizan la Oficina Municipal de Información al Consumidor y la Oficina Regional de Información al Consumidor la gestión de las reclamaciones, las solicitudes de información y las denuncias se realiza de forma coordinada conforme a los criterios que establece el convenio. En lo que se refiere al Sistema Unificado de Reclamaciones (SUR), el Ayuntamiento de Madrid reporta a la Administración autonómica en los formatos y periodos establecidos los informes sobre el número de hojas de reclamaciones distribuidas a los empresarios madrileños, que en el año 2014 fue de 62.545 ejemplares.
- Acciones para el refuerzo en el control del mercado: Con respecto a la inspección de consumo, en el convenio se disponen protocolos comunes en el desarrollo de los controles y en la selección de sectores inspeccionados, así como en los procedimientos sancionador, de toma de muestras y de Red de Alerta. En este ámbito, se han mantenido reuniones periódicas cada trimestre para coordinar las actuaciones inspectoras y sancionadoras de ambas administraciones. Dentro de esta línea de colaboración se ha participado en las campañas de inspección en materia de consumo previstas a nivel nacional por AECOSAN y por la Comunidad de Madrid. Especial incidencia han tenido las campañas de inspección de compra-venta de oro al ser ejecutada en colaboración con la Dirección General de Industria y la Dirección General de Consumo de la Comunidad de Madrid, la Policía Municipal y el Instituto Municipal de Consumo, y la campaña de inspección Operación Blacktoys antes mencionada.
- Acciones para la difusión del Sistema Arbitral de Consumo como medio de resolución extrajudicial de los conflictos de consumo. El convenio establece la adopción de criterios comunes para la tramitación de solicitudes de arbitraje, junto con la delimitación de los asuntos que compete resolver a cada administración. Asimismo, la Comunidad y el Ayuntamiento de Madrid se prestan apoyo para el traslado y resolución ágil de las solicitudes de arbitraje y para la difusión y fomento del Sistema Arbitral.

El Instituto Municipal de Consumo participa en el Consejo de Consumo de la Comunidad de Madrid, órgano colegiado de consumo de la Comunidad de Madrid. Asimismo, el Ayuntamiento de Madrid participa en las Comisiones de legislación, la de códigos de buenas prácticas y en la Comisión Permanente del Pleno del Consejo de Consumo.

A lo largo del año 2014, el Instituto Municipal de Consumo ha participado en las reuniones de la Comisión Permanente y Comisión de Legislación para informar los proyectos normativos elaborados por distintas Consejerías de la Comunidad de Madrid.

V.2. PARTICIPACIÓN EN CONSUMO.

El Consejo Municipal de Consumo.

El Consejo Municipal de Consumo es el órgano que canaliza la participación ciudadana en este ámbito, a través de las organizaciones representativas de consumidores y de empresarios con implantación en el término municipal de Madrid. Es un órgano de carácter consultivo y participativo que desarrolla funciones de informe, consulta y propuesta en relación con las competencias que el Ayuntamiento de Madrid ostenta en materia de consumo.

Durante el año 2014, el Pleno del Consejo ha celebrado dos sesiones, el 18 de julio y el 17 de diciembre, en las que se han discutido las actuaciones municipales más relevantes en materia de consumo y, en particular, el seguimiento del Plan de acción 2014 y la propuesta del Plan de Acción en materia de consumo para el año 2015. Se han sometido también al Consejo cuatro informes realizados por la Oficina Municipal de Investigación de Consumo, a los cuales se han pedido propuestas y sugerencias por parte de las organizaciones de consumidores y empresariales que lo integran.

En particular, en las sesiones del Consejo celebradas en 2014, se ha tratado como uno de los puntos del orden del día el nuevo Servicio de Asesoramiento en la Gestión de la Economía Doméstica implantado en la OMIC Central, con la participación de las asociaciones de consumidores en cuanto a su diseño, implementación y ejecución.

Colaboración con las organizaciones de consumidores.

Durante el año 2014 se han mantenido dos líneas de colaboración con las ocho asociaciones de consumidores integradas en el Consejo Municipal de Consumo, a través de la suscripción de dos tipos de convenios bilaterales para la realización de programas de orientación jurídica e información a los consumidores, y para la ejecución del servicio de asesoramiento en la gestión de la economía doméstica.

- Convenios de orientación jurídica e información a los consumidores.

Estos convenios recogieron, como es tradicional, la ejecución de tres programas: orientación jurídica a los consumidores, información en mercadillos municipales e información ejes comerciales. Las actividades realizadas en materia de información se han detallado en la Línea de Acción I.

En el programa de orientación jurídica a los consumidores, los técnicos jurídicos designados por las asociaciones e identificados como representantes de las mismas, ofrecen asistencia jurídica gratuita a los consumidores que se personan en la OMIC Central, dando respuesta a las consultas que plantean los ciudadanos en materia de consumo.

Esta experiencia, que viene desarrollándose desde hace varios años, ha sido valorada muy positivamente por los consumidores, de modo que paulatinamente se ha ido reforzando el número de horas destinadas a este programa desde las 130 horas por asociación en el año 2007 hasta las 200 horas en el año 2014.

- Plan de asesoramiento económico a los ciudadanos: Convenios de colaboración para la implantación y desarrollo del Servicio de Asesoramiento en la Gestión de la Economía Doméstica.

Para la ejecución de este programa se han firmado 8 convenios de colaboración con las asociaciones integradas en el Consejo Municipal de Consumo. Las actividades recogidas en este convenio son las siguientes:

- Diseño de criterios prácticos para la implementación y desarrollo del programa.
- Colaboración en las actividades de difusión del mismo.
- Elaboración de un folleto divulgativo por parte de cada asociación de consumidores, sobre temáticas propuestas por el Instituto Municipal de Consumo.
- Asesoramiento personalizado en materia económica a los ciudadanos que lo solicitan en la OMIC Central.
- Evaluación y seguimiento del programa.

La atención presencial al ciudadano se inició el 20 de octubre de 2014, y en el marco de estos convenios se han ofertado un total de 360 horas de asistencia directa a los ciudadanos.

Fruto de la colaboración con las asociaciones de consumidores instrumentada a través de estos convenios, se han desarrollado un total de 8 folletos divulgativos, todos ellos disponibles en el especial informativo dedicado a este servicio en la página Web del Ayuntamiento de Madrid, y a los que también puede accederse a través de enlaces incorporados en las páginas Web de las distintas asociaciones de consumidores.



LÍNEA DE ACCIÓN VI

CONSUMO RESPONSABLE

VI.1. MADRID, CIUDAD POR EL COMERCIO JUSTO.

Madrid fue acreditada como Ciudad por el Comercio Justo en octubre de 2011, reconocimiento que ha mantenido desde entonces. Las actuaciones realizadas en 2014 para el fomento del Comercio Justo en la ciudad de Madrid se detallan a continuación.

Foro Municipal de Comercio Justo.

El objetivo general del Foro Municipal del Comercio Justo es fomentar en la ciudad de Madrid un consumo responsable, ético y sostenible a través del seguimiento, asesoramiento y coordinación, entre los diferentes agentes económicos y sociales, en la ejecución de actividades y formulación de las políticas sectoriales de fomento del Comercio Justo

El Foro Municipal de Comercio Justo, en su reunión de 21 de julio, aprobó por unanimidad el programa de trabajo 2014-2015, elaborado por el Grupo de Trabajo del Foro. Este programa, disponible en la Web municipal www.madrid.es/comerciojusto, se estructura en tres líneas de acción:

- Información y concienciación en materia de consumo justo y consumo responsable.
- Fomento de la introducción de productos de Comercio Justo en materia de políticas de responsabilidad social corporativa y de Compra Pública Responsable.
- Seguimiento de los criterios del Programa de Ciudades por el Comercio Justo mediante la evaluación del plan de trabajo, de carácter bianual, y la elaboración del diagnóstico del estado de cumplimiento de los criterios.

Entre las actividades ejecutadas con ocasión de este programa de trabajo en el marco del programa internacional de Ciudades por el Comercio Justo se han ejecutado:

- Realización de actividades formativas para promover la incorporación de criterios de comercio justo en la contratación pública, en el marco de la Ley de Contratos del Sector Público. Estas actividades se han desarrollado en:
 - Ayuntamiento de Madrid: Instituto Municipal de Formación y Estudios de Gobierno Local.
 - Universidad Rey Juan Carlos I.
 - Diputación de Zaragoza.
- El Ayuntamiento de Madrid colaboró con la Coordinadora Estatal de Comercio Justo y varias de sus organizaciones en una campaña que dio a conocer el Comercio Justo a la ciudadanía madrileña con el café como imagen central del cartel y el mensaje "*Para disfrutar de un buen café no hace falta que termine molido nadie*". La campaña se desarrolló en 100 soportes publicitarios de la vía pública del 5 al 18 de mayo.
- El 10 de Mayo, en la Plaza del Callao, se celebró el Día Internacional de Comercio Justo. El Ayuntamiento colaboró con las siguientes organizaciones de

Comercio justo de Madrid: Intermón Oxfam, Ayuda en Acción, Setem, COPADE, Fundación Proclade, Proyde e IDEAS. Se instaló un stand para la venta y exposición de productos de Comercio Justo, que albergó y recibió a unas 4.000 personas. El programa de la jornada incluyó actividades para públicos de todas las edades.

Como novedad, en 2014 se editó un vídeo presentación sobre Comercio Justo que se proyectó en las pantallas de la plaza de Callao los días 8, 9 y 10 de mayo, aumentando la visibilidad de este evento.

- Espacio de Comercio Justo en las Fiestas de San Isidro Planetamadrid. El 17 de mayo la Fundación COPADE gestionó un espacio en Las Vistillas donde los asistentes tuvieron la oportunidad de informarse sobre el Comercio Justo y el Consumo Responsable, acercarse a la realidad de los pequeños productores forestales mediante la campaña Madera Justa, así como conocer y adquirir distintos productos.
- Celebración de la II Feria de Economía Solidaria de Madrid organizada por entidades pertenecientes al Mercado Social de Madrid (MES Madrid), en su mayoría pertenecientes a la Red de Economía Alternativa y Solidaria (REAS), que están trabajando por la consolidación de un espacio de intercambio de bienes y servicios provenientes de empresas de economía social y solidaria.

La Feria tuvo lugar en Matadero Madrid y contó con la presencia de varias organizaciones de Comercio Justo como Setem, IDEAS e Intermón Oxfam. También participó la Coordinadora Estatal de Comercio Justo (CECJ) con un puesto informativo y la presentación de su exposición con viñetas de humoristas gráficos sobre Comercio Justo.

La cooperativa Subiendo al Sur fue otra de las organizaciones que participó con una barra de productos de Comercio Justo y agricultura ecológica.

- V Feria de Importadoras de Comercio Justo. Al igual que en pasadas ediciones, el Instituto Municipal de Consumo ha colaborado con la Coordinadora Estatal de Comercio Justo (CECJ) para la celebración el 14 de junio de la V Feria en el Centro Cultural Conde Duque. Este evento se dirigía a mayoristas y minoristas relacionados con la importación, venta y/o distribución de productos de Comercio Justo o interesados en incluirlos en su línea de negocio. En 2014 participaron las siguientes importadoras: Alternativa 3, Adsis-Equimercado, Fundación Vicente Ferrer, Ideas e Intermón Oxfam.

En cumplimiento de la labor de concienciación y colaboración para el fomento del comercio justo también se han suscrito los siguientes convenios y protocolos de colaboración para el fomento del consumo responsable y comercio justo:

- Convenio de colaboración entre el Ayuntamiento de Madrid y la Asociación Red de Economía Alternativa y Solidaria de Madrid para el fomento del consumo responsable, el comercio justo y la economía solidaria.
- Convenio de colaboración entre el Ayuntamiento de Madrid y la Asociación del Sello de Productos de Comercio Justo de Madrid.
- Protocolo de colaboración entre el Ayuntamiento de Madrid y las Organizaciones de Comercio Justo de Madrid, la Asociación PROYDE, la Asociación SETEM MCM, la cooperativa Iniciativas de Economía Alternativa y Solidaria, la Fundación Ayuda en Acción, la Fundación Comercio para el Desarrollo (COPADE), la Fundación Intermón Oxfam y la Fundación Taller de Solidaridad.
- Convenio de colaboración entre el Ayuntamiento de Madrid y la Organización de Comercio Justo Fundación Taller de Solidaridad.

Proceso de mantenimiento de la acreditación del status de Madrid como "Ciudad por el Comercio Justo": Elaboración del tercer Diagnóstico de Comercio Justo.

La acreditación de una entidad local como "Ciudad por el Comercio Justo" se basa en el cumplimiento de un conjunto de criterios comunes a cualquier ciudad que participe en la campaña internacional "Fairtrade Towns / Ciudades por el Comercio Justo".

Madrid fue acreditada en 2011 tras verificar la organización de Comercio Justo IDEAS (responsable de la campaña en España) el cumplimiento de los criterios mediante una auditoría realizada en 2010. En 2014, IDEAS ha realizado la tercera auditoría, que se encontrará disponible en la Web municipal www.madrid.es/comerciojusto, en la que se ha verificado que Madrid cumple todos los criterios y, por tanto, mantiene su acreditación como Ciudad por el Comercio Justo.

VI.2 OTRAS ACTUACIONES EN MATERIA DE CONSUMO RESPONSABLE.

Fomento de la madera sostenible.

- **Utilización de productos forestales certificados.**

La utilización racional de los recursos naturales constituye una de las preocupaciones esenciales de las sociedades actuales, y en particular, el uso sostenible de la madera y sus derivados forestales se inserta en la necesidad de promover la conservación y la explotación sostenible de los bosques.

Con este objetivo, mediante el vigente Decreto de 15 de junio de 2010, el Ayuntamiento de Madrid incorpora criterios ambientales y sociales en los contratos municipales de adquisición de productos forestales, fomentando el uso de los productos con certificación ecológica con sello FSC, PEFC o similar. Dentro de esta actuación municipal, el Instituto Municipal de Consumo, al igual que en años anteriores, ha editado en papel de fibra virgen con certificado ecológico las diferentes publicaciones y carteles impresos en 2014.

- **Coalición de la madera tropical y sostenible.**

Continuando en la misma línea de trabajo que el proyecto europeo Sustainable Timber Action Europe (STAE) que se desarrolló entre abril de 2011 y noviembre de 2013, el Ayuntamiento de Madrid se integró en la coalición "Sustainable Tropical Timber Coalition" (STTC) (Coalición de la Madera tropical sostenible), junto con otros municipios, empresas, organizaciones no gubernamentales y otros agentes sociales europeos. La STTC está liderada por la organización holandesa de colaboración público privada IDH, the Sustainable Trade Initiative, y tiene como fin último incrementar la demanda de madera tropical certificada como recurso natural de carácter sostenible en el conjunto de la Unión Europea.

En el marco de la coalición, el Ayuntamiento de Madrid ha elaborado un plan de acción para el bienio 2014-2015, que comprende 14 acciones, a desarrollar por el Instituto Municipal de Consumo y la Dirección General de Sostenibilidad y Movilidad.

El plan comprende acciones de diagnóstico de la situación de compra de madera tropical en el Ayuntamiento de Madrid, de desarrollo normativo del Decreto de 15

de junio de 2010 para la Incorporación de criterios medioambientales y sociales en los contratos celebrados por el Ayuntamiento de Madrid, sus Organismos Autónomos y Empresas Públicas en relación con los productos forestales; de seguimiento y evaluación; así como todo un grupo de actividades dedicadas a la formación interna y a difusión y promoción del uso de la madera tropical sostenible a otras autoridades locales. Como apoyo a estas labores se emplea la versión española de la guía desarrollada en el proyecto europeo STAE "*Compra de madera sostenible. Una guía para responsables de compra pública en Europa*".

Entre las acciones de divulgación realizadas en 2014 destaca la traducción al español de la guía destinada a los proveedores de productos forestales a las Administraciones Públicas desarrollada en el marco del proyecto europeo STAE, "*Supplying sustainable timber to the public sector*", en la que se describen los criterios a cumplir por parte de productores y distribuidores de estos productos para el suministro de madera sostenible a los compradores públicos. Se han editado 1.000 ejemplares de la versión española, procediéndose a su distribución a proveedores y grupos de interés relacionados con el uso de la madera.

Para contribuir a la difusión de los objetivos del proyecto entre la ciudadanía en general, se ha diseñado un cartel de promoción del uso de la madera tropical entre toda la ciudadanía para ser exhibido en circuitos de mobiliario urbano.

La participación en la coalición STTC se realiza a través de la Fundación Comercio para el Desarrollo (COPADE), que es el socio de la coalición encargado de la coordinación de 6 participantes españoles.

- **Participación en el Congreso Nacional del Medio Ambiente.**

El Congreso Nacional del Medio Ambiente 2014 contó dentro de su programa con una Sala Dinámica dedicada a la Coalición Europea de la Madera Tropical Sostenible (STTC), en la que está integrada la ciudad de Madrid. El Instituto Municipal de Consumo participó en esta sesión que se celebró el 27 de noviembre, con una ponencia dedicada a exponer las principales actuaciones del Ayuntamiento de Madrid en el campo de la compra pública de madera sostenible y a la descripción de las actividades incluidas en el Plan de Acción (2014-2015) que ha elaborado el Ayuntamiento de Madrid para cumplir los objetivos de la Coalición, y que se está desarrollando a través de la colaboración de las Direcciones Generales de Sostenibilidad y Planificación de la Movilidad y del Instituto Municipal de Consumo.

Fomento de consumo de productos de la pesca sostenible.

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

El Ayuntamiento de Madrid, a través del Área de Gobierno de Seguridad y Emergencias, y MSC firmaron el 2 de julio de 2013 un convenio de colaboración, para contribuir a que los madrileños conozcan los problemas asociados a la sobrepesca y las alternativas de consumo responsable de productos del mar.

Con motivo de la celebración del Día Mundial de los Océanos, el Ayuntamiento de Madrid y MSC España realizaron una campaña en 232 marquesinas de autobús para concienciar a los consumidores sobre la necesidad de cuidar nuestros mares, invitándoles a "mojarse" por un futuro más sano para los océanos de todo el mundo a través de la elección responsable de productos del mar.



LÍNEA DE ACCIÓN VII

TRANSPARENCIA Y CALIDAD EN LA ACTUACIÓN MUNICIPAL

De conformidad con el artículo 7 del Código de Buenas Prácticas Administrativas del Ayuntamiento de Madrid, éste y sus servicios han de actuar de forma transparente en sus relaciones con los ciudadanos en beneficio de sus intereses.

Por ello, se considera de especial relevancia la evaluación de la calidad, eficacia y eficiencia de los servicios realizados, como mecanismo esencial de la mejora de la acción pública. En esta línea, el Instituto Municipal de Consumo ejecuta las siguientes actuaciones.

VII.1. INFORME ANUAL.

El Instituto Municipal de Consumo elabora y publica anualmente en la Web municipal la memoria de las actuaciones realizadas por los servicios de consumo municipales. En el mes de abril de 2014 se publicó la memoria de actividades del Ayuntamiento de Madrid en materia de Consumo del año 2013.

VII.2. CARTA DE SERVICIOS DE LA OMIC.

Como exponente de la política de calidad e implicación en la mejora del servicio prestado al ciudadano, la OMIC cuenta desde 2008 con Carta de Servicios, que abarca la actividad de las 22 oficinas de la OMIC (Central y Distritos) del Ayuntamiento de Madrid. En el año 2014 se realizó la quinta evaluación de indicadores, correspondiente al ejercicio inmediatamente anterior. Además de calcular los datos obtenidos para cada indicador, se revisaron todos los compromisos e indicadores, incorporando las metas correspondientes en cada uno de ellos, conforme a los criterios establecidos por la Metodología del Sistema de Cartas de Servicios del Ayuntamiento de Madrid.

Se revisó el texto completo de la carta de servicios de la OMIC, que actualmente recoge un conjunto de 7 compromisos a evaluar a través de 14 indicadores.

En el apartado 1 de esta memoria se detalla el resultado de la quinta evaluación de estos indicadores que, realizada en 2014, corresponde al ejercicio inmediatamente anterior. Estos datos, junto con los resultados de las evaluaciones anteriores se encuentran publicados en el espacio dedicado al Observatorio de la Ciudad de la página Web corporativa (www.madrid.es/observatoriodelaciudad).

De cara a fomentar la transparencia en la actividad municipal, se ha elaborado un informe específico de evaluación de resultados de la encuesta realizada entre los usuarios de la OMIC para conocer la valoración ciudadana del servicio, informe que junto con la ficha técnica de la encuesta se ha publicado dentro de los estudios sectoriales del Portal de Transparencia del Ayuntamiento de Madrid.

Portal de Datos Abiertos.

El Instituto Municipal de Consumo contribuye con información al Portal de Datos Abiertos del Ayuntamiento de Madrid. Dicho portal tiene como fin que los datos y la información que poseen las administraciones públicas, se publiquen de forma abierta, regular y reutilizable para todo el mundo, sin restricciones de acceso, tomando como base una filosofía que permite impulsar la transparencia, la eficiencia, la participación ciudadana y el desarrollo económico.

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, así como con información georreferenciada y el listado de las empresas adheridas al Sistema Arbitral de Consumo y a Códigos de Buenas Prácticas. Estos ficheros han sido objeto desde su publicación de 434 descargas.

VII.3. SISTEMA DE CALIDAD UNE EN ISO 9001:2008 DEL SERVICIO DE INSPECCIÓN DE CONSUMO.

El Servicio de Inspección de Consumo tiene implantado desde el año 2001 un Sistema de Gestión de la Calidad conforme con la norma UNE-EN-ISO 9001, como herramienta de mejora en la defensa de los derechos e intereses de los consumidores y empresarios madrileños.

En este sentido, la actividad que se desarrolla en el Servicio se gestiona bajo los conceptos de eficiencia y cumple los siguientes objetivos:

- Crear un marco de calidad mediante la mejora continua de la gestión de los servicios ofrecidos.
- Prevenir la aparición de problemas derivados del incumplimiento de los requisitos legales.
- Revisar su política de calidad para su continua adecuación de acuerdo con los requisitos de la norma internacional ISO 9001:2008.

En el alcance de la certificación se incluyen "*Las actividades del Servicio de control oficial de bienes, productos y servicios no alimentarios mediante inspecciones de establecimientos comerciales y actividades profesionales y tramitación de expedientes sancionadores*". Ello se traduce en que la actuación del Servicio se gestiona de una forma ordenada, planificada y controlada, exigiéndose al personal una constante mejora tanto en los procesos de sus actividades como en las actuaciones diarias que realiza, a fin de alcanzar los objetivos y compromisos de calidad asumidos.



Anualmente se realiza una auditoría interna y otra externa en las unidades administrativas del servicio. En el año 2014 la auditoría interna se realizó los días 28 y 29 de mayo no detectándose ninguna no conformidad; la auditoría externa se realizó el día 8 de julio por la entidad AENOR, detectándose únicamente una no conformidad menor que fue corregida.

VII.4. ENCUESTA DE SATISFACCIÓN DEL SERVICIO DE INSPECCIÓN DE CONSUMO.

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

En este ámbito, con periodicidad bienal, y en función del requerimiento de la Norma ISO 9001:2008 de realizar periódicamente encuestas de satisfacción del cliente, el Servicio llevó a cabo en 2014 una encuesta para conocer las valoraciones de los comerciantes madrileños sobre las actividades inspectoras y sancionadoras emprendidas desde el Instituto Municipal de Consumo y las de los usuarios de la Oficina Municipal de Investigación de Consumo, cuyos resultados permitan establecer medidas orientadas a ofrecer a la ciudadanía madrileña un servicio de mayor calidad.

En la encuesta se han valorado aspectos relacionados con la actividad inspectora y sancionadora, como han sido el trato recibido por parte del inspector, la calidad de la información facilitada por el mismo, la periodicidad de las inspecciones, el plazo para subsanar deficiencias, la claridad en la exposición de motivos de la sanción o la atención prestada sobre el expediente sancionador.

Los principales puntos fuertes en el proceso de inspección de consumo han sido, sobre una valoración de 5:

- El trato obtenido por parte del inspector (4,15).
- La información del motivo de la inspección (4,01).
- La claridad del acta de inspección (3,99).
- La información facilitada para la corrección de deficiencias (3,98).

En cuanto a los aspectos mejor valorados sobre el Procedimiento Sancionador se encuentran:

- La claridad en la exposición de los motivos de la sanción (3,58).
- La atención prestada sobre el procedimiento sancionador (3,40).
- La información facilitada para la subsanación de deficiencias (3,26).

En el año 2013 se realizó, por primera vez, una consulta específica sobre la satisfacción de los clientes con la Oficina de Investigación de Consumo. En el año 2014, el 91,7% de los consultados en las empresas reclamadas dicen conocer la Oficina, lo que ha supuesto un importante logro, dada su reciente creación. Los aspectos mejor valorados han sido:

- Identificación del órgano gestor en las comunicaciones a los reclamantes (3,10).
- Claridad en las comunicaciones recibidas por los reclamantes (3,00).

La encuesta se encuentra disponible en la Web corporativa municipal www.madrid.es/consumo.



EJECUCIÓN PRESUPUESTARIA

El presupuesto del programa 314.01 Consumo en el año 2014 ascendió a 3.717.687,24 euros de los cuales se destinaron a capítulo II 308.083,12 y a Capítulo IV 96.600 €.

La ejecución presupuestaria de este programa una vez cerrado el correspondiente ejercicio 2014 fue del 98.61%. El detalle de dicho presupuesto aparece en la siguiente tabla.

	CRÉDITO DEFINITIVO	OBLIGACIÓN RECONOC.	%
* 1 GASTOS DE PERSONAL	3.316.004,12	3.289.481,27	99,20
10100 RETRIBUCIONES BÁSICAS	89.693,00	85.516,55	95,34
12000 SUELDOS DEL GRUPO A1	190.800,68	170.506,00	89,36
12001 SUELDOS DEL GRUPO A2	265.207,00	258.911,59	97,63
12003 SUELDOS DEL GRUPO C1	163.555,00	128.957,07	78,85
12004 SUELDOS DEL GRUPO C2	179.809,00	158.724,96	88,27
12006 TRIENIOS	193.009,00	173.509,59	89,90
12100 COMPLEMENTO DE DESTINO	480.074,40	472.357,10	98,39
12101 COMPLEMENTO ESPECÍFICO	997.895,62	1.010.009,23	101,21
12103 OTROS COMPLEMENTOS	69.662,78	66.616,84	95,63
15000 PRODUCTIVIDAD	51.872,00	41.608,27	80,21
16000 SEGURIDAD SOCIAL	634.425,64	666.738,45	105,09
16009 OTRAS CUOTAS	0,00	56.025,62	0,00
* 2 GASTOS EN BIENES CORRIENTES Y SERVICIOS	308.083,12	282.849,44	91,81
22000 MATERIAL DE OFICINA ORDINARIO NO INVENTARIABLE	16.000,00	14.582,72	91,14
22001 PRENSA, REVISTAS, LIBROS Y OTRAS PUBLICACIONES	870,00	868,67	99,85
22602 PUBLICIDAD Y PROPAGANDA	22.021,00	17.624,63	80,04
22606 REUNIONES, CONFERENCIAS Y CURSOS	9.760,00	7.926,00	81,21
22699 OTROS GASTOS DIVERSOS	1.500,00	1.491,41	99,43
22706 ESTUDIOS Y TRABAJOS TÉCNICOS	162.307,45	159.322,58	98,16
23010 DEL PERSONAL DIRECTIVO	0,00	0,00	0,00
23020 DEL PERSONAL NO DIRECTIVO	26,67	26,67	100,00
23110 GASTOS DE VIAJE DEL PERSONAL DIRECTIVO	0,00	0,00	0,00
23111 LOCOMOCIÓN URBANA PERSONAL DIRECTIVO	100,00	11,85	11,85
23120 GASTOS DE VIAJE DEL PERSONAL NO DIRECTIVO	0,00	0,00	0,00
26000 TRABAJOS REALIZ. POR INSTITUCIONES S.F. DE LUCRO	95.498,00	80.994,91	84,81
* 4 TRANSFERENCIAS CORRIENTES	93.600,00	93.600,00	100,00
48901 OTRAS TRANSFERENCIAS A INSTITUC. SIN FINES LUCRO	93.600,00	93.600,00	100,00
TOTAL	3.717.687,24	3.665.930,71	98,61

Con ocasión de la Orden del Ministerio de Hacienda y Administraciones Públicas 419/2014 de 14 de marzo, el área de gasto se modifica y queda incluida dentro de la política de gasto: "Otras actuaciones de carácter económico" en el programa 493.00 Consumo cuya aplicación práctica afectará a la elaboración presupuestaria para el año 2015.



