

4

**PROTECCIÓN AL
CONSUMIDOR**

4. PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR

La protección al consumidor en el Ayuntamiento de Madrid, se viene desarrollando desde una perspectiva integral, a través del Instituto Municipal de Consumo, con el fin de salvaguardar la salud, la seguridad y los intereses económicos y sociales de los ciudadanos madrileños en todas aquellas relaciones de consumo en que intervienen.

La consecución de estos objetivos se lleva a cabo a través de varios pilares básicos como son : la vigilancia, inspección y control de los establecimientos y los productos, la información y la formación como instrumentos que incrementan el conocimiento de los ciudadanos sobre sus derechos, la mediación y el arbitraje como sistemas de intermediación en los conflictos que surgen entre empresas y consumidores y el fomento de las buenas prácticas comerciales, como elemento de calidad diferenciador.

En 2008 se llevaron a cabo 21 campañas de inspección, 6 de las cuales se centraron principalmente en el control de productos y el resto se dirigieron en la práctica totalidad a los establecimientos comerciales.

4.1 Actuaciones de inspección

En 2008 se llevaron a cabo 21 campañas de inspección, 6 de las cuales se centraron principalmente en el control de productos y el resto se dirigieron en la práctica totalidad a los establecimientos comerciales.

Las cifras muestran que, al margen de las cifras brutas de inspecciones realizadas, la toma de muestras (100%, por la naturaleza de la inspección), la enseñanza no reglada (91,0%), las agencias inmobiliarias (85,4%) y los locutorios (85,1%) son los aspectos ligados a la venta que más número de actas negativas han producido, mientras que la seguridad de los productos (9,8%), el etiquetado y garantías de aparatos domésticos (15,6%) los que menos.

Inspecciones, actas y número de actas por inspecciones durante el año 2008

Campañas	Inspec- ciones (estableci- mientos)	Actas	Actas / Inspec- ciones
Rebajas invierno	1.855	373	20,1%
Tintorerías	373	186	49,9%
Sex Shops	29	18	62,1%
Reparación de Electrodomésticos	158	56	35,4%
Rebajas verano	1.212	398	32,8%
Agencias Inmobiliarias	288	246	85,4%
Promotoras de viviendas	27	19	70,4%
Locutorios	509	433	85,1%
Etiquetado y garantías de telefonía	52	10	19,2%
Etiquetado y garantías de aparatos de uso doméstico	32	5	15,6%
Control General de Establecimientos	2.366	654	27,6%
Control General de venta ambulante y mercadillos	686	272	39,7%
Toma de muestras	42	42	100,0%
Seguridad de los productos	1.302	128	9,8%
Control general de servicios	279	60	21,5%
Promoción de ventas	396	203	51,3%
Todo a cien	293	155	52,9%
Mayoristas	20	4	20,0%
Enseñanza no reglada	210	191	91,0%
Navidad: establecimientos	600	134	22,3%
Navidad: productos:			
Total	10.729	3.587	33,4%

Fuente: Instituto Municipal de Consumo. Área de Economía y Empleo. Ayuntamiento de Madrid.

Para este 2.009, las campañas de inspección programadas se han incrementado hasta 24 y son las siguientes:

En el año 2009 se han programado 24 campañas de inspección.

Las rebajas de invierno, promoción de ventas, establecimientos “todo a cien”, establecimientos mayoristas, general de establecimientos, general de servicios, general de venta ambulante, seguridad de los productos, campaña de toma de muestras, venta de vehículos nuevos, medios de pago, precios, artículos de puericultura, productos de limpieza, peluquerías, rebajas de verano, material escolar, talleres de automóviles, alquiler apartamentos por Internet, venta por Internet, gasolineras, grandes centros de ocio, venta de alfombras, campaña de Navidad.

4.2 Actividades de la Oficina Municipal de información al Consumidor (OMIC)

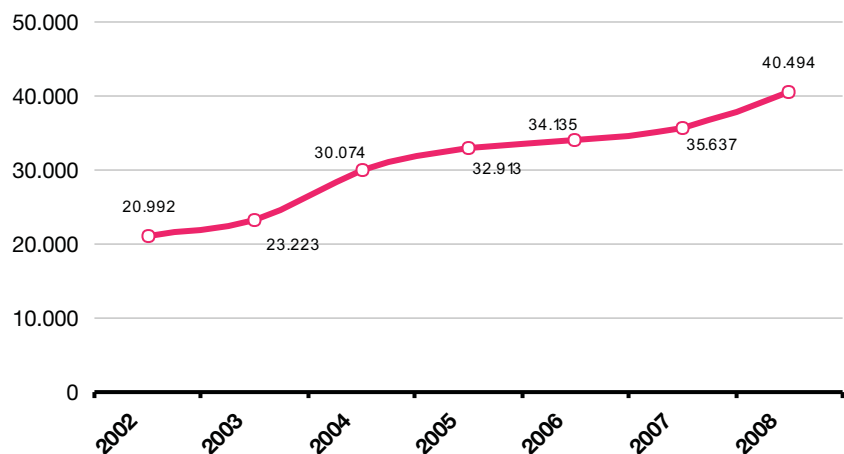
La OMIC es un servicio gratuito de información y orientación al consumidor que, además, media en los conflictos que puedan surgir entre consumidores y empresarios, para intentar una solución amistosa.

La ciudad de Madrid cuenta con una OMIC central, que depende del Área de Gobierno de Economía y Empleo, y veintiuna oficinas de Información al consumidor que se ubican en cada una de las Juntas Municipales de Distrito

Sus funciones son ofrecer información, ayuda y orientación a los consumidores. Recepciona, tramita y media las reclamaciones que se presenten directamente por el consumidor o que le sean remitidas por otras Oficinas de Información al Consumidor o Asociaciones de Consumidores, fomenta la educación y formación de los consumidores, colabora con otras entidades públicas y privadas, también dedicadas a la protección de los consumidores y remite a la Junta Arbitral de Consumo, a solicitud del consumidor, aquellas reclamaciones en las que no se haya alcanzado un acuerdo mediador. En general, realiza cualquier función que contribuya a la protección de los consumidores.

Desde el año 2002, el número de asuntos recibidos en la OMIC se ha incrementado en un 92%.

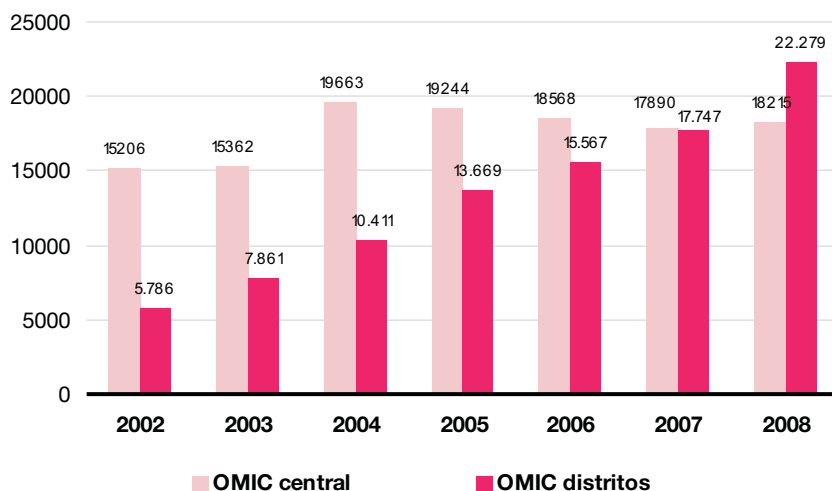
Total de asuntos recibidos en la OMIC en el período 2002-2008



Fuente: Instituto Municipal de Consumo. Área de Economía y Empleo. Ayuntamiento de Madrid.

En los últimos años el número de asuntos recibidos en la OMIC se ha incrementado de manera sustancial, un 92,9% lo que da idea del incremento de actividad de la OMIC y de la toma de conciencia del ciudadano madrileño de los derechos que le asisten en su papel de consumidor.

Total de asuntos recibidos en la OMIC en el período 2002-2008 por distrito

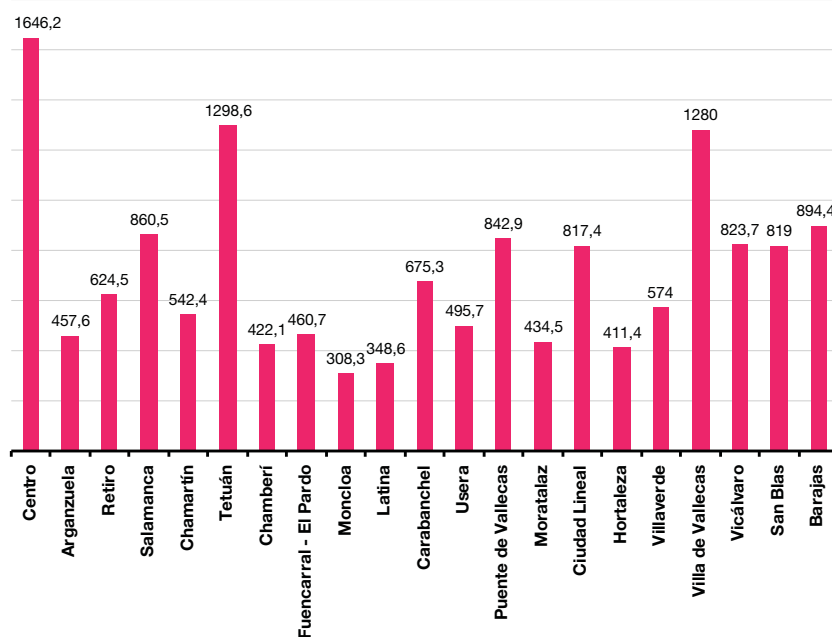


Las oficinas ubicadas en las Juntas Municipales de Distrito han cuadruplicado el número de asuntos tramitados en los últimos siete años.

Fuente: Instituto Municipal de Consumo. Área de Economía y Empleo. Ayuntamiento de Madrid.

El gráfico refleja el creciente peso de las oficinas ubicadas en las Juntas Municipales de Distrito, que han pasado de una cifra de 5.786 a 22.279, es decir, casi ha cuadruplicado el número de asuntos tramitados, pasando de recibir algo menos del 25% de los asuntos a pasar del 50% del total.

Inspecciones, actas y número de actas por inspecciones durante el año 2008 por distritos por 100.000 habitantes



Fuente: Instituto Municipal de Consumo. Área de Economía y Empleo. Ayuntamiento de Madrid.

Considerando el número de asuntos recibidos por cada 100.000 habitantes, las JJ.MM. de Distrito de Centro, Tetuán y Villa de Vallecas son las más activas, quedando Hortaleza, Chamberí y Moratalaz como los distritos que menos asuntos han tramitado por habitante.

Según sea el tipo de asunto se puede hablar de denuncias, peticiones de información y reclamaciones.

Mientras las denuncias han ido disminuyendo a lo largo de los años, las reclamaciones han tenido un crecimiento de un 97% y las peticiones de información de un 182%.

Desglose de los asuntos tramitados según tipo							
	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Denuncia	1.920	1.401	790	1.035	746	786	583
Petición información	2.755	2.913	3.681	4.978	5.278	5.571	7.768
Reclamación	16.317	18.909	25.603	26.900	28.111	29.280	32.143
Total	20.992	23.223	30.074	32.913	34.135	35.637	40.494

Fuente: Instituto Municipal de Consumo. Área de Economía y Empleo. Ayuntamiento de Madrid.

Mientras las denuncias han ido disminuyendo a lo largo de los años, las reclamaciones han tenido un crecimiento de un 97% y las peticiones de información de un 182%; todo esto demuestra cómo el consumidor poco a poco va tomando conciencia de sus derechos en una sociedad en la que la información y la reclamación son elementos básicos de su construcción.

Desglose de los asuntos tramitados según forma de petición							
	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Carta	9.416	10.833	17.141	19.169	19.961	20.892	21.542
Fax	2.838	2.899	3.185	2.021	2.136	1.871	1.990
Personación	8.006	8.508	8.729	10.572	10.863	11.351	14.172
Teléfono	732	983	1.019	1.151	1.175	1.523	2.790
Total	20.992	23.223	30.074	32.913	34.135	35.637	40.494

Fuente: Instituto Municipal de Consumo. Área de Economía y Empleo. Ayuntamiento de Madrid.

La presentación de reclamaciones por correo ordinario o por personación siguen siendo las formas más utilizadas para entrar en comunicación con las instituciones públicas dedicadas a estos asuntos. A través de la OMIC virtual de la página web corporativa, el ciudadano puede obtener información general y sectorizada sobre aquellos temas con mayor incidencia sobre el consumo. Este espacio divulgativo está sometido a permanente actualización, incorporándose periódicamente nuevos contenidos, sobre determinados sectores o aspectos de actualidad, acercando así al ciudadano uno de los servicios esenciales que presta la OMIC.

Las peticiones recibidas en las OMIC, se clasifican tradicionalmente en grandes apartados: la compra de bienes, la prestación de servicios, los suministros, la vivienda y la alimentación. El resto de peticiones se refieren a solicitudes de información general.

Una cuarta parte aproximadamente de las solicitudes se refieren a la compra de bienes, otro cuarto corresponde a los suministros, mientras que las empresas de servicios representan cerca de un tercio del total actualmente. La Alimentación y la vivienda tienen un peso considerablemente menor.

Asuntos tramitados por grandes grupos de bienes o servicios

	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Bienes	548	719	881	792	757	757	638
Servicios	980	947	1.168	1.108	1.186	1.219	971
Suministros	415	590	491	246	362	352	644
Vivienda	13	117	91	86	59	56	36
Total	1.956	2.373	2.631	2.232	2.364	2.384	2.289

En el último año el apartado de asuntos tramitados que más ha crecido es el ligado a los suministros, como consecuencia del importante número de reclamaciones relacionados con la telefonía fija o móvil y los cambios habidos en las tarifas eléctricas.

Fuente: Instituto Municipal de Consumo. Área de Economía y Empleo. Ayuntamiento de Madrid.

En el último año el apartado que más ha crecido con respecto a las cifras en las que parecía haberse instalado en años anteriores es el de los suministros, como consecuencia del importante número de reclamaciones relacionados con la telefonía fija o móvil y los cambios habidos en las tarifas eléctricas, en particular, la desaparición de la tarifa nocturna el pasado julio de 2008. El resto mantiene la tónica que venía arrastrando.

4.3 Arbitraje de consumo

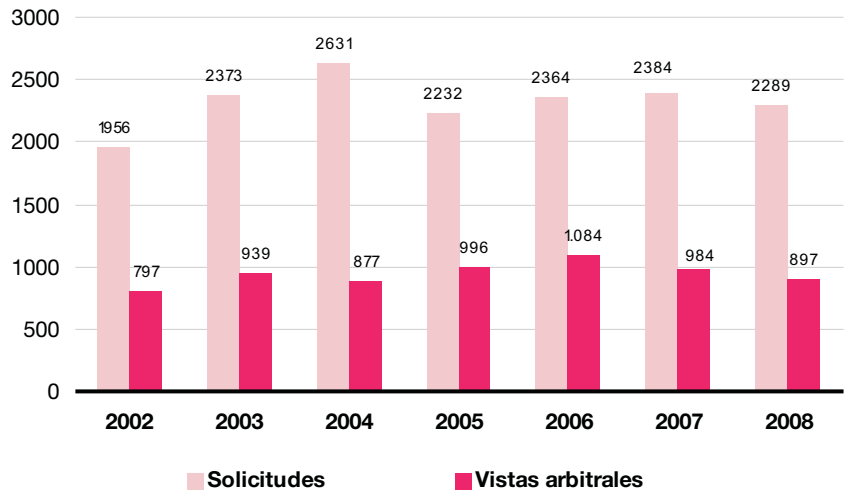
El arbitraje de consumo, como procedimiento de dirimir controversias, es el instrumento que las Administraciones Públicas ponen a disposición de los ciudadanos para resolver de modo eficaz los conflictos y reclamaciones que surgen en las relaciones de consumo, toda vez que la protección de los consumidores y usuarios exige que éstos dispongan de mecanismos adecuados para resolver sus reclamaciones. A través del Sistema Arbitral de Consumo las partes voluntariamente encomiendan a un órgano, que actúa con imparcialidad, independencia y confidencialidad, la decisión sobre la controversia o conflicto surgido entre ellos. Esta decisión, vinculante para ambas partes, tiene la misma eficacia que una sentencia, y se denomina laudo.

En el caso de la Ciudad de Madrid, entre las funciones de la OMIC está la remisión a la Junta Arbitral de Consumo de aquellas reclamaciones en las que no se haya alcanzado un acuerdo mediador y así lo solicite el consumidor.

Las solicitudes de arbitraje se han movido en cifras relativamente estables a lo largo de estos últimos años. De ellas han pasado a ser vistas arbitrales, en 2008, un 39,19%, cuyos resultados se recogen en el cuadro que sigue.

Solicitudes de arbitraje y vistas en el período 2002-2008

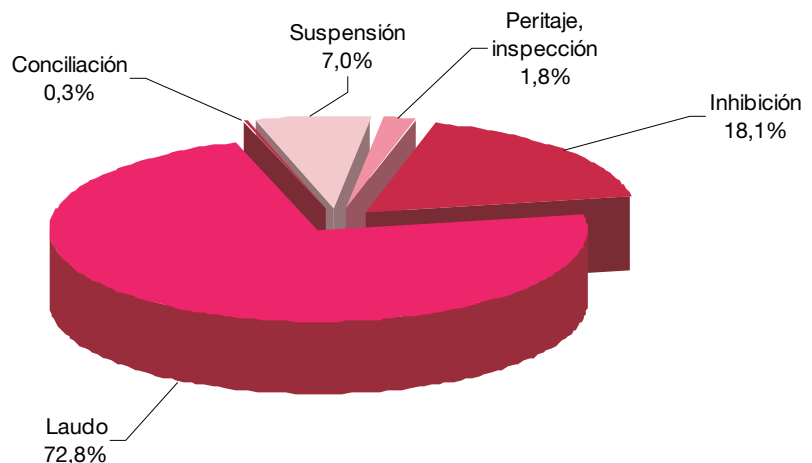
Las solicitudes de arbitraje se han movido en cifras estables estos últimos años. De ellas han pasado a ser vistas arbitrales, en 2008, un 39,19%.



Fuente: Instituto Municipal de Consumo. Área de Economía y Empleo. Ayuntamiento de Madrid.

Se entiende por Laudo la resolución que dicta un órgano arbitral, unipersonal o colegiado, para resolver un litigio, en este caso relacionado con el consumo. Por Conciliación, aquella acción mediante la que dos posturas encontradas, en este caso por temas ligados con el consumo, llegan a un acuerdo que se supone beneficioso para ambas partes. La suspensión es el acto por el cual se deja sin efecto la vista por causa justificada. El Peritaje-Inspección: es el acto de sometimiento a la pericia de un técnico cualificado, quien debe inspeccionar y emitir un informe determinante en el que apoyarse el arbitro para dictar el laudo. Por fin, la Inhibición es el acto por el que el árbitro se declara incompetente, por razones legales, para dirimir la controversia.

Solicitudes de arbitraje y vistas en el período 2002-2008



Fuente: Instituto Municipal de Consumo. Área de Economía y Empleo. Ayuntamiento de Madrid.

Lógicamente, el laudo es la forma más común de resolución de los litigios de consumo, cumpliendo con ello el objetivo fundamental que se persigue con la función del arbitraje.

Distribución de las vistas por resultado

	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Laudo	588	785	702	779	948	736	653
Conciliación	3	3	0	3	1	1	3
Suspensión	108	65	48	38	75	67	63
Peritaje, inspección	29	34	16	34	13	14	16
Inhibición	69	52	111	142	47	166	162
Total	797	939	877	996	1.084	984	897

Fuente: Instituto Municipal de Consumo. Área de Economía y Empleo. Ayuntamiento de Madrid.

Las solicitudes de arbitraje recibidas en la Junta Arbitral de Consumo del Ayuntamiento de Madrid tienen la siguiente procedencia:

Distribución de las solicitudes por procedencia

	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
O.M.I.C.	1.245	1.112	1.288	789	722	766	786
JJ.MM. Distrito	586	1.079	1.087	1.184	1.181	1.283	1.029
AA. CC.	27	18	27	15	12	10	5
Otros	98	164	229	244	449	325	469
Total	1.956	2.373	2.631	2.232	2.364	2.384	2.289

Fuente: Instituto Municipal de Consumo. Área de Economía y Empleo. Ayuntamiento de Madrid.

Se observa, también aquí, cómo a lo largo de los últimos años la OMIC central pierde peso en favor de las situadas en las Juntas Municipales de Distrito; de representar un 63,65% han descendido a hacerlo un 34,34%; por su parte las Juntas han pasado de un 29,96% a un 53,82% el año 2007.

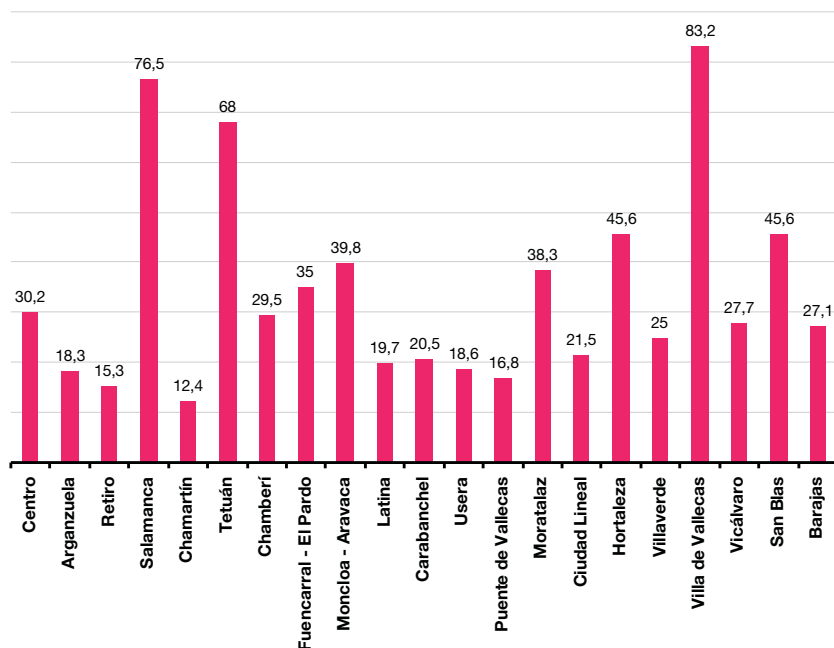
Las solicitudes de arbitraje tramitadas a través de las Juntas Municipales de Distrito se han distribuido entre ellas de la siguiente manera.

Las Juntas de Distrito que más solicitudes de arbitraje han recibido por cada 100.000 habitantes en 2008 han sido Villa de Vallecas y Salamanca; las que menos, Chamartín y Retiro.

A lo largo de los últimos años la OMIC central pierde peso como punto de procedencia de las solicitudes de arbitraje en favor de las situadas en las Juntas Municipales de Distrito.

Las Juntas de Distrito que más solicitudes de arbitraje han recibido por cada 100.000 habitantes en 2008 han sido Villa de Vallecas y Salamanca; las que menos, Chamartín y Retiro.

Distribución de las solicitudes de arbitraje por cada 100.000 habitantes por Distrito



Fuente: Instituto Municipal de Consumo. Área de Economía y Empleo. Ayuntamiento de Madrid.

Resulta de interés saber cómo se han distribuido las solicitudes de arbitraje entre los distintos sectores porque ello permite conocer en qué tipo de productos o servicios se da un mayor número de conflictos que puedan acogerse a arbitraje

Los servicios, con un 42,4% del total, son las actividades económicas que concentran una mayor proporción de las solicitudes de arbitraje.

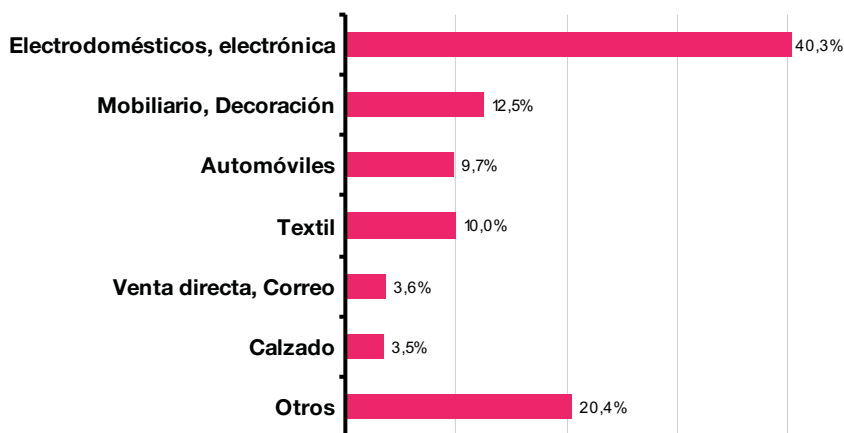
Distribución de solicitudes de arbitraje presentadas por grupos de bienes y servicios

	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Bienes	548	719	881	792	757	757	638
Servicios	980	947	1.168	1.108	1.186	1.219	971
Suministros	415	590	491	246	362	352	644
Vivienda	13	117	91	86	59	56	36
Total	1.956	2.373	2.631	2.232	2.364	2.384	2.289

Fuente: Instituto Municipal de Consumo. Área de Economía y Empleo. Ayuntamiento de Madrid.

Por grandes grupos de actividades, los servicios, con un 42,4% del total, son las actividades económicas que concentran una mayor proporción de las solicitudes de arbitraje, pero hay que llamar la atención del crecimiento que ha experimentado la solicitud de arbitraje en suministros, debido, sobre todo, al aumento de las reclamaciones contra empresas de telefonía fija o móvil.

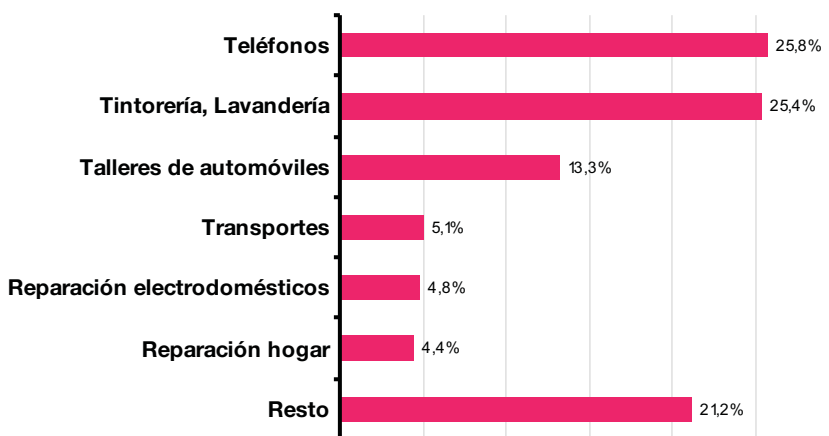
Solicitudes de arbitraje según los principales sectores de bienes que las han recibido



Fuente: Instituto Municipal de Consumo. Área de Economía y Empleo. Ayuntamiento de Madrid.

Entre los sectores de bienes, el que más solicitudes de arbitraje en el año 2008 ha recibido es el de electrodomésticos y electrónica, pues él solo concentra el 40,3% de todos los referidos a bienes, seguido de lejos por el sector de mobiliario-decoración con un 12,5%.

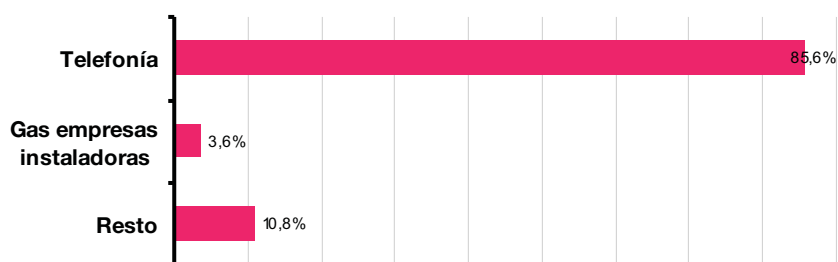
Porcentaje de solicitudes de arbitraje según los principales sectores de servicios



Fuente: Instituto Municipal de Consumo. Área de Economía y Empleo. Ayuntamiento de Madrid.

Los servicios relacionados con la telefonía y las tintorerías / lavanderías son las actividades de servicios que más solicitudes de arbitraje han recibido, seguidas de lejos por los talleres de reparación de automóviles.

Porcentaje de solicitudes de arbitraje según los principales sectores de suministros



Fuente: Instituto Municipal de Consumo. Área de Economía y Empleo. Ayuntamiento de Madrid.

Prácticamente, todas las solicitudes de arbitraje del grupo de suministros se concentran en el suministro telefónico, que representa a su vez el 24,1% de todas las solicitudes de arbitraje, sea cual sea su actividad económica.

4.4 Códigos de Buenas Prácticas

Una de las principales líneas estratégicas de actuación llevadas a cabo, en ejecución del Plan Operativo del Área de Gobierno de Economía y Empleo, a través del Instituto Municipal de Consumo, es la de fomentar el desarrollo e implantación de Códigos de Buenas Prácticas en los diferentes sectores comerciales, empresariales y profesionales.

La elaboración de Códigos de Buenas Prácticas constituye un procedimiento eficaz que favorece la participación de las Organizaciones empresariales y de consumidores, que contribuye a la mejora permanente de la actividad comercial, promoviendo su autocontrol, a fin de elevar el nivel de calidad y seguridad de los servicios prestados por los establecimientos comerciales de nuestra ciudad, incrementando la protección de los derechos e intereses de los madrileños.

Su implantación tiene como objetivo satisfacer las necesidades y expectativas de los consumidores con respecto a los establecimientos comerciales, facilitando a los titulares de los mismos su adaptación a la normativa vigente, implicándoles en el cumplimiento de una serie de compromisos de actuación que aportan un valor añadido respecto a la regulación jurídica del sector.

El Área de Gobierno de Economía y Empleo ha elaborado los Códigos de Buenas Prácticas en 9 sectores:

Tintorerías y Lavanderías, Comercio Textil, Comercio de Calzado, Reparación de electrodomésticos, Mudanzas y Guardamuebles, Comercio de Juguetes, Talleres de Reparación de Automóviles, Comercio de productos de Droguería, Perfumería y Cosmética, Autoescuelas.

Todos ellos son fruto de los acuerdos suscritos entre el Ayuntamiento de Madrid y cada una de las Organizaciones empresariales representantes de los mismos, que han sido consensuados con las Asociaciones de consumidores más representativas de ámbito local (CECU-Madrid, ASGECO-UNCUMA, UNAE, AACCU, FUCI-CAM, UCM), y aprobados por el Consejo de Consumo de la Comunidad de Madrid, como paso previo a su aprobación definitiva en el ámbito local.

El Área de Gobierno de Economía y Empleo, invita a establecimientos y empresas de cada sector a la adhesión a cada uno de estos códigos. Aquellos empresarios y profesionales que se adhieren voluntariamente a los mismos, comprometiéndose a su cumplimiento, pueden optar a la concesión del símbolo “Buenas Prácticas” otorgado por el Ayuntamiento de Madrid, como distintivo identificador de esta circunstancia y diferenciador de la competencia, así como determinante de la confianza de los madrileños.

El período de vigencia de los códigos de buenas prácticas, es de cuatro años, salvo que se produzca alguna modificación normativa que afecte sustancialmente al contenido de los mismos.

Por este motivo durante el ejercicio 2008 se ha procedido a la actualización de los códigos de buenas prácticas de los sectores de reparación de electrodomésticos, comercio textil, y tintorerías y lavanderías.

Con el objetivo de informar a los empresarios sobre la existencia de los códigos de buenas prácticas, de las ventajas que implican, y fomentar su adhesión a los mismos, el Instituto Municipal de Consumo viene realizando, desde el año 2004, la denominada “Campaña de sensibilización del movimiento empresarial ante los códigos de buenas prácticas y el autocontrol” que se realiza tomando como referencia el censo de establecimientos comerciales de la ciudad de Madrid.

Durante el año 2008, fueron objeto de dicha campaña los establecimientos de los sectores de reparación de electrodomésticos, y tintorerías y lavanderías.

Se tiene previsto, durante el año 2009, proporcionar información a 750 establecimientos pertenecientes al sector textil; 275 establecimientos del sector de comercio de electrodomésticos y 263 del sector del comercio de artículos deportivos.

Por otra parte, se van a realizar campañas de sensibilización empresarial relativas en los nuevos sectores objeto de código de buenas prácticas. Para este ejercicio 2009, dichos sectores son Agencias de Viajes (censo elaborado de 1.600 establecimientos) y Hostelería (censo de 250 establecimientos, en fase de revisión).

Por último, y con motivo de la actualización de los códigos en los sectores de comercio de calzado y autoescuelas, durante el año 2009, también se va a realizar una nueva campaña de sensibilización con respecto a la adhesión de los mismos que afectará aproximadamente a 1.500 establecimientos.

Campañas de difusión, códigos de buenas prácticas 2008-2009

CÓDIGOS DE BUENAS PRÁCTICAS	2008 Nº de estable- cimientos	2009 Nº de estable- cimientos
Comercio textil (actualización)	--	750
Tintorerías y lavanderías (actualización)	500	--
Reparación de electrodomésticos (actualización)	150	--
Comercio de electrodomésticos (nuevo)	--	275
Comercio de artículos deportivos (nuevo)	--	263
Comercio calzado (actualización)	--	1.100
Autoescuelas (actualización)	--	385
Agencias de viajes (nuevo)	--	1.600
Hostelería (nuevo)	--	250

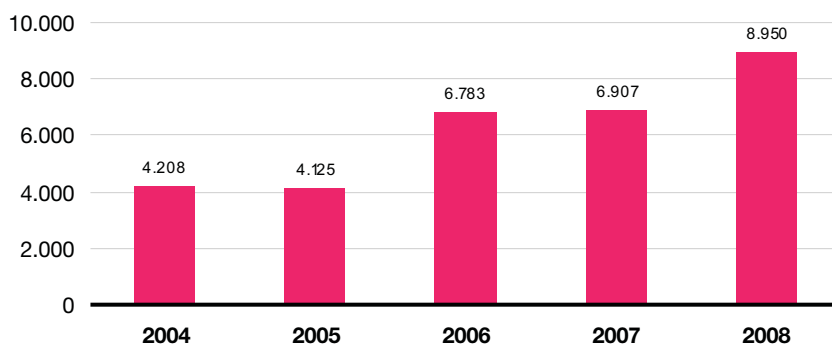
Fuente: Instituto Municipal de Consumo. Área de Economía y Empleo. Ayuntamiento de Madrid.

4.5 Actividades de formación

La formación es una de las tareas desarrolladas por la OMIC como método de cualificación, información y contacto con aquellos colectivos que tienen intereses directos en el mundo del consumo, prestando especial atención a los colectivos más desprotegidos, como son los escolares, los mayores, discapacitados e inmigrantes. En los últimos años se han incorporado acciones destinadas a los comercios, la otra parte de las relaciones de consumo, buscando así la implicación del sector empresarial en defensa de los derechos del consumidor.

Así las actividades de formación incluyen talleres o sesiones prácticas destinadas a la población escolar u otros colectivos, sesiones formativas impartidas en Centros de Mayores con la colaboración de las Asociaciones de Consumidores, además de las visitas personalizadas a establecimientos comerciales.

Número de asistentes a actividades de formación en el período 2004-2008



Fuente: Instituto Municipal de Consumo. Área de Economía y Empleo. Ayuntamiento de Madrid.

Las cifras avalan una tendencia ascendente, que el gráfico muestra para los asistentes a tales actividades de formación, y que desde 2004 ha supuesto un crecimiento de un 112,7%, es decir, más del doble.

Número de actividades con consumidores y comercios en el período 2004-2008

	2004	2005	2006	2007	2008
Actividades consumidores	128	130	226	341	475
Actividades comercios				300	400
Total actividades formativas	128	130	226	641	875

Fuente: Instituto Municipal de Consumo. Área de Economía y Empleo. Ayuntamiento de Madrid.

Hasta 2006, las actividades de formación se dirigían exclusivamente al colectivo de los consumidores, con crecimientos apreciables desde el año 2005; desde 2007 también se han incorporado a estas actividades los comercios, con lo que se cierra el círculo de los grupos que se relacionan en el consumo.

Número de actividades con consumidores y comercios en el período 2004-2008

	2004	2005	2006	2007	2008
Discapacitados	20	43	7	13	13
Inmigrantes	26	34	41	9	6
Adultos		16			50
Escolares	64	26	82	191	278
Mayores	18	11	96	128	128

Fuente: Instituto Municipal de Consumo. Área de Economía y Empleo. Ayuntamiento de Madrid.

Los colectivos de consumidores a los que se han dirigido las actividades de información son colectivos sensibles y en situación de debilidad en una sociedad como la actual. Se trata de discapacitados, de inmigrantes y de niños, habiéndose incorporado en el último año los adultos, pues, en definitiva, ningún colectivo de la sociedad se escapa a las dificultades del mundo del consumo.

