

MEMORIA GENERAL DE ACTUACIONES EN MATERIA DE CONSUMO

2023



Subdirección General de Consumo
DIRECCIÓN GENERAL DE COMERCIO, HOSTELERÍA Y CONSUMO

Contenido

Preámbulo	4
Línea de acción I	7
Información y atención en materia de consumo	7
1.1. Atención en la Oficina Municipal de Información al Consumidor (OMIC)	8
1.2. Actividades desarrolladas por la Junta Arbitral de Consumo del Ayuntamiento de Madrid	31
Línea de acción II	41
Formación sobre consumo	41
2.1. Programa de formación en consumo	43
2.2. Colaboración con el Colegio Notarial de Madrid	55
2.3. Formación interna. Cursos específicos sobre consumo	57
Línea de acción III	60
Códigos de buenas prácticas para los sectores empresariales	60
Línea de acción IV	67
Investigación y control del mercado	67
4.1. Programa de investigación	69
4.2. Actividades de inspección	73
4.3. Actuaciones sancionadoras y medidas preventivas	78
Línea de acción V	81
Divulgación y comunicación sobre consumo	81
5.1. Campañas de información directa	83
5.2. Elaboración de material divulgativo	86
5.3. Actualización del contenido del espacio Web corporativo sobre consumo	91
5.4. Redes sociales de la Dirección General de Comercio, Hostelería y Consumo en materia de consumo	95
5.5. Campañas, actos y eventos de comunicación sobre consumo	97
Línea de acción VI	102
Participación, colaboración y coordinación en materia de consumo	102
6.1. Coordinación y colaboración administrativa	104
6.2. Participación ciudadana en consumo	115
Línea de acción VII	120
Fomento del consumo responsable	120
7.1. Madrid, Ciudad por el Comercio Justo	122
7.2. Actuaciones en materia de consumo responsable	126

Línea de acción VIII	130
Transparencia y calidad en la actuación municipal	130
8.1. Actividades de transparencia y protección de datos	132
8.2. Carta de Servicios de la OMIC.....	136
8.3. Sistema de Calidad conforme a la Norma	140
Línea de acción IX	143
9.1. Actividad administrativa	145
9.2. Ejecución presupuestaria 2023	148

Preámbulo

En este documento se resumen las actividades desarrolladas en el ejercicio 2023 por la Dirección General de Comercio, Hostelería y Consumo (Instituto Municipal de Consumo - IMC- hasta el mes de junio), en ejecución de las competencias municipales en materia de consumo delegadas en ésta por el Acuerdo de la Junta de Gobierno de la Ciudad de Madrid, de organización y competencias del Área de Gobierno de Economía, Innovación y Hacienda, de 29 de junio de 2023. Dichas competencias son compartidas con los distritos, en lo que se refiere a la Oficina Municipal de Información al Consumidor (en adelante, OMIC) y a la función inspectora.

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

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

En la **primera** de ellas se detalla la actividad desplegada por la OMIC en la atención personalizada y la tramitación de las reclamaciones presentadas por las personas consumidoras, así como el ejercicio del arbitraje de consumo a través de la Junta Arbitral del Ayuntamiento de Madrid (en adelante, JAC).

En su **capítulo II** se describen las acciones realizadas en cumplimiento del Programa anual de formación en materia de consumo, así como otras puntuales dedicadas a la protección de colectivos vulnerables, además de los cursos coordinados desde la Dirección General de Comercio, Hostelería y Consumo, en ejecución de sus competencias en materia de consumo, para promover la formación continua del personal municipal en materia de consumo.

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

En la **cuarta línea** de actuación, se recogen las actividades de control de mercado, la actividad inspectora en campañas programadas y las actuaciones no programadas, así como las acciones de investigación en materia de consumo, ante las denuncias y reclamaciones presentadas, y el procedimiento sancionador.

El esfuerzo en cuanto a la comunicación y divulgación en materia de consumo se trata en el **capítulo V**. Este ha sido especialmente intenso en el ejercicio 2023, con la preparación de numerosos materiales divulgativos y su difusión en soporte audiovisual y de las campañas de comunicación en mobiliario urbano desarrolladas. Por otra parte, la constante incorporación de noticias y novedades a través de contenidos promocionales en la página web municipal y en la específica del Área de Gobierno de adscripción, como espacios divulgativos de la actualidad de consumo y el trabajo en redes sociales propias, han permitido hacer una extensión inmediata de la información a toda la ciudadanía.

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

La promoción de un modelo de consumo responsable e informado, en línea con los Objetivos del Desarrollo Sostenible (ODS) de las Naciones Unidas ha venido siendo otra de las actividades en materia de consumo de la Dirección General de Comercio, Hostelería y Consumo. Asimismo, se han programado actuaciones relacionadas con la promoción del comercio justo y local que se describen en el **capítulo VII**.

La voluntad de ejercer una acción transparente y su creciente desarrollo se pone de manifiesto en la variedad y el aumento de contenidos relativos a consumo publicados cada año. Por otra parte, en un servicio claramente orientado hacia la ciudadanía y a la defensa de sus derechos es imprescindible promover la mejora continua a través de los sistemas de calidad certificados existentes tanto en la OMIC como en el servicio de Inspección de Consumo. Estos aspectos se tratan en el **capítulo VIII**.

Línea de acción I

Información y atención en materia de consumo

1.1. Atención en la Oficina Municipal de Información al Consumidor (OMIC)



La OMIC del Ayuntamiento de Madrid inició su actividad en octubre de 1983, fecha desde la cual viene prestando servicio de forma ininterrumpida. Cuenta actualmente con una red de 22 oficinas: una Central y 21 oficinas repartidas por los distritos con que cuenta la ciudad de Madrid. Su compromiso con la ciudadanía madrileña se refleja en su Carta de Servicios, aprobada por la Junta de Gobierno de la Ciudad de Madrid el 8 de junio de 2008, evaluada con carácter anual y certificada conforme a la Norma UNE 93200: 2008.

La OMIC, desde la pandemia, en que se enfrentó al reto de diseñar nuevos sistemas de atención e información de forma no presencial y de gestión de las reclamaciones por vías alternativas, ha creado nuevos canales de atención a los consumidores que han permitido mejorar la atención a los consumidores de una manera eficaz.

➤ La OMIC en cifras en 2023

- 22 oficinas
- 15.310 expedientes tramitados (reclamación/información/queja/denuncia)
- 55,90% de intermediaciones positivas*
- 28.438 personas atendidas de forma personalizada (16.400 personas atendidas a través de cita previa en el conjunto de oficinas, y 12.038 consultas por correo electrónico respondidas de forma personalizada en la OMIC Central).
- 86,04% de personas usuarias satisfechas con la orientación e información recibidas*
- 91,49% de personas usuarias satisfechas con el trato recibido*
- 100% de consultas por correo electrónico respondidas en 5 días*.
- 205 actualizaciones y nuevos contenidos divulgativos en web*

*datos procedentes de los indicadores 2023

➤ Expedientes tramitados (reclamación/información/queja/denuncia)

En el ejercicio 2023 la OMIC tramitó, a través del programa SIGSA en sus 22 oficinas, un total de **15.310 expedientes**. En cuanto a la distribución por su tipología de los expedientes dados de alta, tal y como se muestra en el cuadro adjunto, las cifras arrojan resultados similares a ejercicios anteriores; mayoritariamente (el 93,49%) fueron reclamaciones en las que había de intentarse la intermediación con las empresas reclamadas, el 0,91% solicitudes de información, el 2,30% denuncias y el 3,30% quejas relativas a la actuación de las empresas proveedoras de bienes o servicios.

EXPEDIENTES TRAMITADOS POR LA OMIC DE MADRID AÑO 2023		
	N.º expedientes	Porcentaje
Reclamación	14.314	93,49%
Información	139	0,91%
Queja	505	3,30%
Denuncia	352	2,30%
Total	15.310	100%

El número de asuntos recibidos en el conjunto de las oficinas de la OMIC (15.310) sigue marcando la tendencia a la baja en relación con los datos registrados en el último ejercicio antes de la pandemia (24.654).

Esta circunstancia pone de manifiesto, sin duda, la favorable evolución que se está produciendo en el ámbito empresarial madrileño, cuyo compromiso con la garantía de los derechos de las personas consumidoras ha llevado a un descenso de más de un treinta y cinco por ciento en el número de reclamaciones y denuncias presentadas, fruto de una mayor formación e información en la materia.

Por último, con carácter general, cabe señalar que la OMIC ha mantenido abiertas las vías de presentación de consultas y reclamaciones que puso en marcha durante la pandemia: el portal de gestiones y trámites del Ayuntamiento de Madrid, por vía postal y a través del correo electrónico.

La gestión que realiza la OMIC de los 14.314 expedientes clasificados como **reclamaciones, 93,49 % del total de expedientes**, consiste en la intermediación con las empresas reclamadas, buscando una solución amistosa al conflicto planteado. No obstante, también cabe que se produzca la remisión a otro órgano competente para su tramitación, bien sea la Comunidad de Madrid, cuando la persona reclamante o la empresa reclamada no tienen su domicilio en el municipio de Madrid, conforme al convenio suscrito en materia de consumo con la administración autonómica, o bien a otros órganos competentes en cada materia; tal es el caso, por ejemplo, de los expedientes referidos a los servicios financieros o los seguros. En todas las ocasiones se comunica a la persona reclamante la gestión realizada y, cuando es procedente, el resultado obtenido en la intermediación efectuada por la OMIC.

La **intermediación** individualizada, en 2023, ha arrojado un resultado **favorable** total o parcialmente a las pretensiones de las personas consumidoras, en **7.011 expedientes**, lo que representa un 55,09%. En este valor se aprecia un pequeño repunte respecto a 2022 pero se puede considerar que se mantiene estable desde la pandemia, en que se produjo un descenso por el cierre de establecimientos.

Por otro lado, un 79,90 % de las reclamaciones se han tramitado en menos de dos meses, cifras que son muy similares a las de ejercicios anteriores.

Las **solicitudes de información** formalizadas por escrito, que se dan de alta en la aplicación informática de gestión (SIGSA), han experimentado un ligero descenso comparativo con el año anterior, aunque manteniendo unas cifras similares al incremento experimentado desde la pandemia, confirmando la tendencia al incremento de la demanda de información. Si en 2021 las solicitudes de información suponían un 0,93% del total de expedientes, en 2022 se ha incrementado hasta un 1,12% del total y un **0,91%** en 2023.

En relación con los expedientes considerados como **quejas** frente a la actuación de las empresas proveedoras de bienes y servicios, se observa un incremento en los datos de 2023. Si en 2022 representaron el 2,03% del total, muy similar a los 2,04% de 2021, en 2023 han supuesto un **3,30%** del total de expedientes.

Respecto a las **denuncias**, que totalizan un **2.30%** del total de expedientes, se puede señalar que consolidan el incremento experimentado el año anterior, con un 2.71% del total, lo que supone un notable incremento respecto a años anteriores, en concreto, el 1,65% de 2021.

➤ Distribución de expedientes por oficinas

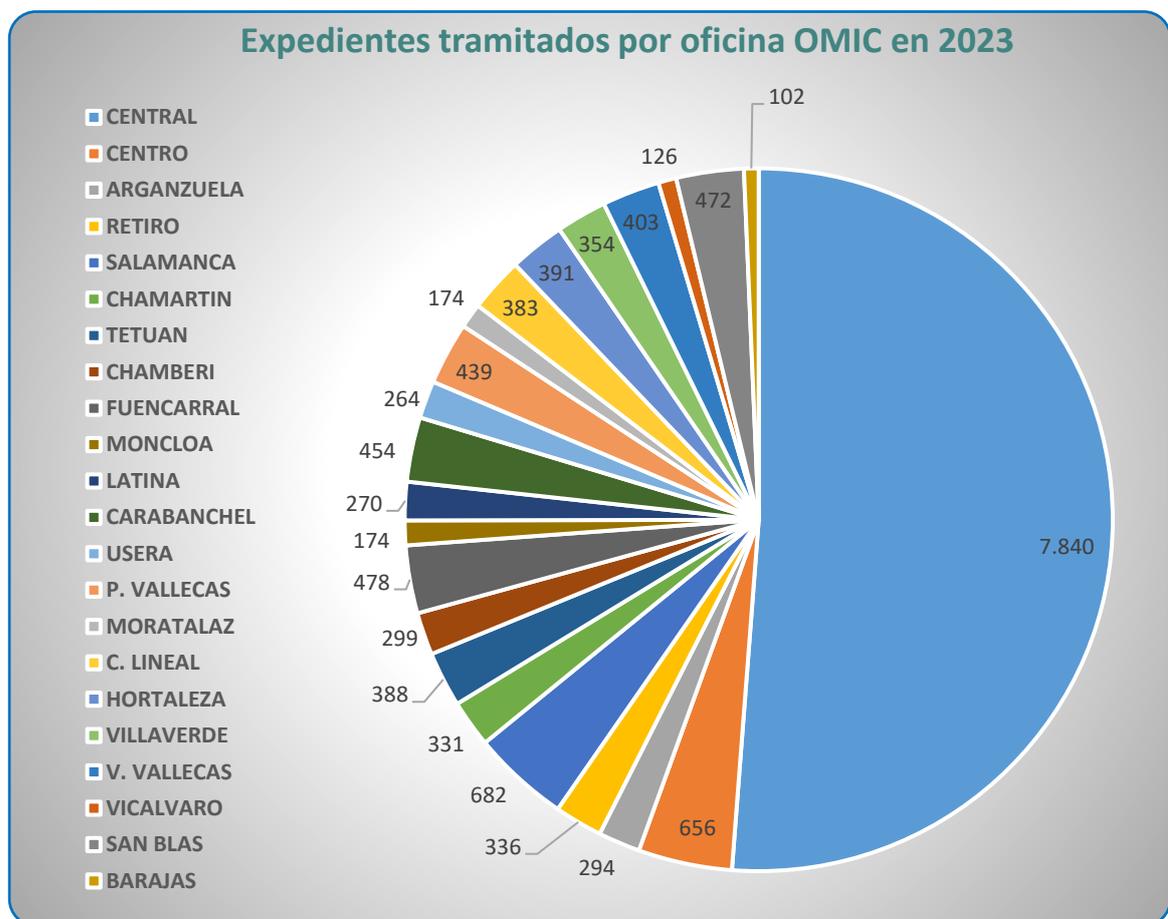


Como se ha indicado anteriormente, la OMIC se estructura en **una oficina central y 21 oficinas de distrito**. El reparto de expedientes se realiza de acuerdo con los criterios señalados en la Instrucción relativa a la coordinación del funcionamiento de la Oficina Municipal de Información al Consumidor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

El 51,21% de los expedientes registrados fueron tramitados por la OMIC Central (7.840 expedientes), mientras que el 48,79% restante (7.470) se gestionaron en las oficinas de distrito, conforme a los criterios de reparto territorial y material de asuntos establecidos en la Instrucción de coordinación.

Estos datos están permitiendo igualar la distribución entre oficina central y distritos, frente a la desproporción que se observaba en periodos anteriores. Así, por poner un ejemplo, en 2021, la oficina Central tramitó el 64,79% de los expedientes frente al 35,21% gestionado por el conjunto de las 21 oficinas de OMIC distritales.

En el siguiente gráfico se indica el número de expedientes gestionados en cada una de las oficinas y en la tabla posterior se detalla su distribución en función de su tipología



:

	DATOS 2023		% DEL TOTAL
OMIC CENTRAL	Total	7.840	63,99%
	Denuncia	196	
	Información	86	
	Reclamación	7.463	
	Queja	95	
OMIC CENTRO	Total	656	4,28%
	Denuncia	20	
	Información	1	
	Reclamación	559	
	Queja	76	
OMIC ARGANZUELA	Total	294	1,92%
	Denuncia	1	
	Información	2	
	Reclamación	267	
	Queja	24	
OMIC RETIRO	Total	336	2,19%
	Denuncia	27	
	Información	0	
	Reclamación	273	
	Queja	36	
OMIC SALAMANCA	Total	682	4,45%
	Denuncia	5	
	Información	4	
	Reclamación	645	
	Queja	28	
OMIC CHAMARTIN	Total	331	2,16%
	Denuncia	3	
	Información	0	
	Reclamación	318	
	Queja	10	
OMIC TETUAN	Total	388	2,53%
	Denuncia	1	
	Información	0	
	Reclamación	344	
	Queja	43	
OMIC CHAMBERI	Total	299	1,95%
	Denuncia	13	
	Información	1	
	Reclamación	270	
	Queja	15	

OMIC FUENCARRAL-EL PARDO	Total	478	3,12%
	Denuncia	8	
	Información	0	
	Reclamación	451	
	Queja	19	
OMIC MONCLOA-ARAVACA	Total	174	1,14%
	Denuncia	7	
	Información	0	
	Reclamación	150	
	Queja	17	
OMIC LATINA	Total	270	1,76%
	Denuncia	2	
	Información	21	
	Reclamación	247	
	Queja	0	
OMIC CARABANCHEL	Total	454	2,97%
	Denuncia	18	
	Información	0	
	Reclamación	390	
	Queja	46	
OMIC USERA	Total	264	1,72%
	Denuncia	0	
	Información	0	
	Reclamación	252	
	Queja	12	
OMIC PUENTE DE VALLECAS	Total	439	2,87%
	Denuncia	7	
	Información	0	
	Reclamación	398	
	Queja	34	
OMIC MORATALAZ	Total	174	1,14%
	Denuncia	15	
	Información	11	
	Reclamación	131	
	Queja	17	
OMIC CIUDAD LINEAL	Total	383	2,50%
	Denuncia	0	
	Información	0	
	Reclamación	383	
	Queja	0	

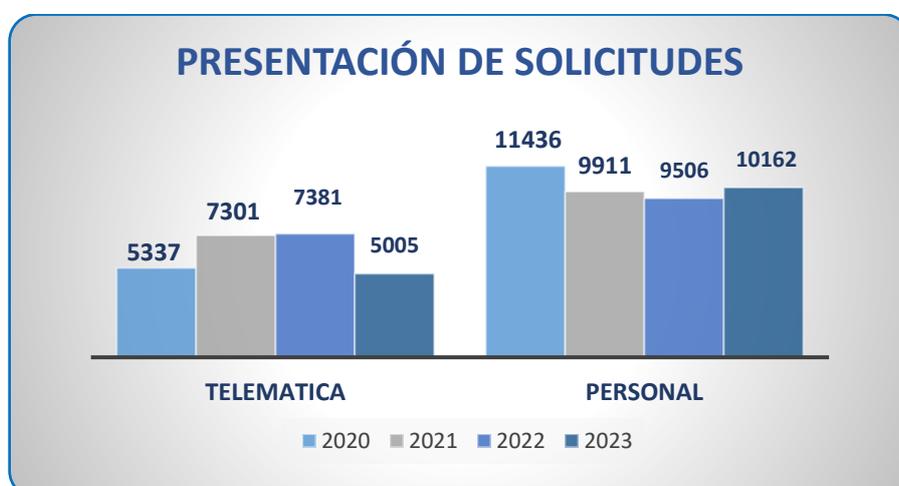
OMIC HORTALEZA	Total	391	2,55%
	Denuncia	2	
	Información	0	
	Reclamación	388	
	Queja	1	
OMIC VILLAVERDE	Total	354	2,31%
	Denuncia	18	
	Información	10	
	Reclamación	316	
	Queja	10	
OMIC VILLA DE VALLECAS	Total	403	2,63%
	Denuncia	1	
	Información	1	
	Reclamación	395	
	Queja	6	
OMIC VICÁLVARO	Total	126	0,82%
	Denuncia	5	
	Información	0	
	Reclamación	113	
	Queja	8	
OMIC SAN BLAS-CANILLEJAS	Total	472	3,08%
	Denuncia	2	
	Información	2	
	Reclamación	466	
	Queja	2	
OMIC BARAJAS	Total	102	0,67%
	Denuncia	1	
	Información	0	
	Reclamación	95	
	Queja	6	
TOTAL OMIC	Total	15.310	100%
	Denuncia	352	2,30%
	Información	139	0,91%
	Reclamación	14314	93,49%
	Queja	505	3,30%

Como aspecto a destacar de los datos recogidos en la tabla anterior ha de citarse que el decremento de expedientes, en comparación con el año anterior, ha sido más acusado en la OMIC Central que en la mayoría de las oficinas de distrito.

Ello es debido a que, conforme a la vigente Instrucción de coordinación, corresponden a la OMIC Central temáticas como los suministros o gran parte de la contratación *online*, habiendo disminuido las reclamaciones del sector suministros, salvo en momentos puntuales, con motivo de las fluctuaciones de precios de estos servicios con la cambiante situación internacional.

Otro dato para destacar en el análisis de los expedientes es el **incremento paulatino del uso de medios electrónicos para la presentación de reclamaciones**, que sigue ganando terreno a la personación en registro; esta situación se viene experimentando desde el fin del confinamiento. Los datos, que se recogen en el gráfico que sigue, tienen que ser referidos al número de solicitudes que se presentan cada año.

En 2020 se formularon por vía telemática o correo electrónico 5.337 expedientes de un total de 17.390; en 2021 fueron 7.301 de un total de 17.536; en 2022, 7.381 de 17.071 y, finalmente, en 2023, se han formulado 5.005 de 15.310. Por su parte, en la presentación por personación los datos son de 11.436 en 2020, 9.911 en 2021, 9.506 en 2022 y 10.162 en 2023. Nos encontramos, por tanto, con un crecimiento en la presentación por vía telemática, que ha permitido pasar de ser un 3,27% en 2019 a un 32,69% en 2023, con un pico del 43,24% en 2022.



➤ Distribución sectorial de expedientes

Al ser consumo un ámbito multisectorial, las reclamaciones, informaciones, quejas y denuncias versan sobre muy diversas temáticas, que incluyen diferentes tipos de bienes y servicios o suministros. Desde el año 2018, la clasificación de reclamaciones se ha efectuado conforme al nuevo modelo, más acorde con la recomendación de la Comisión Europea, de 12 de mayo de 2010, sobre el uso de una **metodología armonizada para la clasificación y notificación de las reclamaciones y consultas de las personas consumidoras**.

Esta codificación comprende varios sectores generales, como, por ejemplo, bienes de consumo, enseñanza, energía y agua, salud, servicios postales y comunicaciones electrónicas, servicios de ocio, servicios de transporte, servicios financieros y servicios generales). A su vez, cada uno de estos sectores generales se divide en sectores específicos. Asimismo, en el registro de expedientes se incluyen nuevos campos de datos sobre los motivos del expediente y sistema de compra. De este modo se incrementa notablemente el potencial de consulta informático, al posibilitar un análisis más pormenorizado de los expedientes registrados

A continuación, se detalla la distribución sectorial de los expedientes:

Distribución de expedientes por sectores 2023		
SECTORES	N.º de EXPEDIENTES	PORCENTAJE
ALIMENTACIÓN	420	2,74%
BIENES DE CONSUMO	3031	19,80%
SERVICIOS	10.854	70,89%
Subsector Servicios generales	1993	13,02%
Subsector Servicios financieros	1159	7,57%
Subsector Telecomunicaciones	1518	9,92%
Subsector Transporte y servicios postales	965	6,30%
Subsector Ocio	1491	9,74%
Subsector Energía y agua	3728	24,35%
SALUD	474	3,10%
EDUCACIÓN	216	1,41%
VIVIENDA	315	2,06%

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

El sector general que más reclamaciones registra en 2023 es el de energía y agua, con 3.728 expedientes, seguido de la adquisición de bienes de consumo, con 3.031 expedientes. A continuación, aparecen los servicios generales, con 1.993, servicios de telecomunicaciones, con 1.518 y servicios de ocio, con 1.491.

Esto supone un cambio respecto a 2021 y 2022, en que los sectores se agrupaban, de mayor a menor, de la siguiente forma: sector de prestación de servicios el que agrupa mayor parte (un 68,83% en 2021 y un 64,80 % en 2022), bienes de consumo, con un 17,64% en 2022 (20,43% en 2021), salud 2,56 % (5,24% en 2021), vivienda 1,59% (1,33% en 2021), educación 1,44% (1,953% en 2021) y alimentación 1,19% (2,22% en 2021).

El motivo de estas notables modificaciones podría atribuirse, al menos en parte, a las fluctuaciones de precios en el sector energético y a los cambios normativos de medidas especiales posteriores al estado de alarma en relación con la suspensión de los cortes de suministro y las moratorias de pago.

El sector de ocio continúa la tendencia decreciente, pasando de 2.015 expedientes en 2021 a 1.735 en 2022 y 1.491 en 2023. Es también importante resaltar el descenso de reclamaciones referidas a salud. En 2019, se dieron de alta 639 expedientes en este sector, mientras que en 2020 se formalizaron 912 y 701 en 2021, frente a las 438 en 2022. En 2023, han ascendido a 474.

Los expedientes relativos a la adquisición de bienes de consumo alcanzaron un total de 3.031 expedientes en 2023, lo que mantiene los datos anteriores de 3.013, en 2022, frente a los 3.633 de 2021.

Respecto a la vivienda, que comprende la compraventa y alquiler de vivienda, así como el aprovechamiento por turno, se mantienen estables las reclamaciones, con 315 en 2023. En 2021 se registraron 334 expedientes frente a los 272 de este ejercicio. En el sector de alimentación cabe apreciar un ligero repunte, pues ha pasado de 334 expedientes en 2021 a 326 en 2022 y 420 en 2023.

Sin embargo, el sector de educación acusa un mayor descenso. Si en 2021 se computaron 402 expedientes, en 2022, se registraron 247, en 2023 se han contabilizado 216 solicitudes.

➤ Información y orientación. Atención personalizada en la OMIC

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

- ➔ Suministrar información general en materia de consumo respecto a bienes, servicios y suministros.
- ➔ Asesorar y orientar sobre los organismos competentes para la resolución del conflicto, en aquellas materias específicas que excedan el ámbito de actuación de la OMIC.
- ➔ Facilitar a las personas interesadas información particular sobre el estado de tramitación de los expedientes de las reclamaciones y denuncias.
- ➔ Actualizar los contenidos de la página web dedicados a la información y divulgación sobre consumo.

La OMIC, en su red de 22 oficinas, ofrece atención personalizada a las personas consumidoras para consultas en materia de consumo, a través de **diferentes sistemas**:

- ➔ Atención **presencial** personalizada en las oficinas de la OMIC, con cita previa a través del sistema corporativo de **cita previa** del Ayuntamiento de Madrid.
- ➔ **Atención telefónica** con cita previa del sistema corporativo de **cita previa** del Ayuntamiento de Madrid. Las restricciones de movilidad impuestas desde mediados de marzo de 2020, con la declaración del estado de alarma, obligaron a suspender la atención presencial. Para restaurar la atención personalizada lo antes posible, se desarrollaron las actuaciones precisas con el servicio corporativo de cita previa, para transformar la atención que venía realizándose en las oficinas de OMIC en atención telefónica personalizada, evitando así desplazamientos innecesarios. Al constatarse la eficacia de este sistema (permite atender a más ciudadanos y tiene un índice de inasistencia mínimo), se ha optado por mantenerlo.

- ➔ Atención **presencial sin cita previa**, que básicamente atiende demandas de **información general** como, por ejemplo, cómo presentar una reclamación, así como la solicitud y entrega de hojas de reclamaciones a las empresas, o la consulta de expedientes que se estén ya tramitando, que es atendida directamente por el personal técnico que tenga asignada la gestión del expediente concreto de que se trate.
- ➔ Atención personalizada a través de un **correo electrónico institucional de consultas** en materia de consumo para atender de una forma ágil y eficaz las demandas de la ciudadanía. Esta medida, tuvo una excelente acogida desde el inicio de la pandemia, por su facilidad de uso y la ágil respuesta que se ofrece por parte de la OMIC, tal y como corroboran los datos de utilización de este servicio, así como la valoración otorgada por el ciudadano en las evaluaciones trimestrales que se realizan; por ello, se ha mantenido, aunque las medidas de confinamiento ya no estén vigentes. Y se ha continuado también con la divulgación general del correo institucional como medio de contacto con la OMIC.

A continuación, se presentan de forma sintetizada los datos de la **atención personalizada realizada en la OMIC Central**, por los canales anteriormente indicados:

- Cita previa anual – 4.040 citas en OMIC Central (de 16.400 citas en el total de oficinas)
- Atención sin cita previa en OMIC Central – 311 personas consumidoras.
- Consultas atendidas por correo electrónico en OMIC Central – 12.038



a) Atención con cita previa.

A continuación, se presenta la tabla comparativa de atención presencial en la **OMIC Central con cita previa**, en relación con los mismos periodos del año anterior:

ATENCIÓN PERSONALIZADA CON CITA PREVIA OMIC Central		
OMIC CENTRAL	2022 Personas atendidas	2023 Personas atendidas
Enero	477	314
Febrero	622	527
Marzo	719	418
Abril	383	283
Mayo	370	323
Junio	317	368
Julio	380	309
Agosto	27	52
Septiembre	563	340
Octubre	453	300
Noviembre	371	295
Diciembre	98	66
TOTAL PERSONAS ATENDIDAS	4780	3595
TOTAL PERSONAS CITADAS	5154	4040
% Asistencia/Atención cita previa	92,70%	88,99%
% No asistencia/No atendidos	7,30%	11,01%

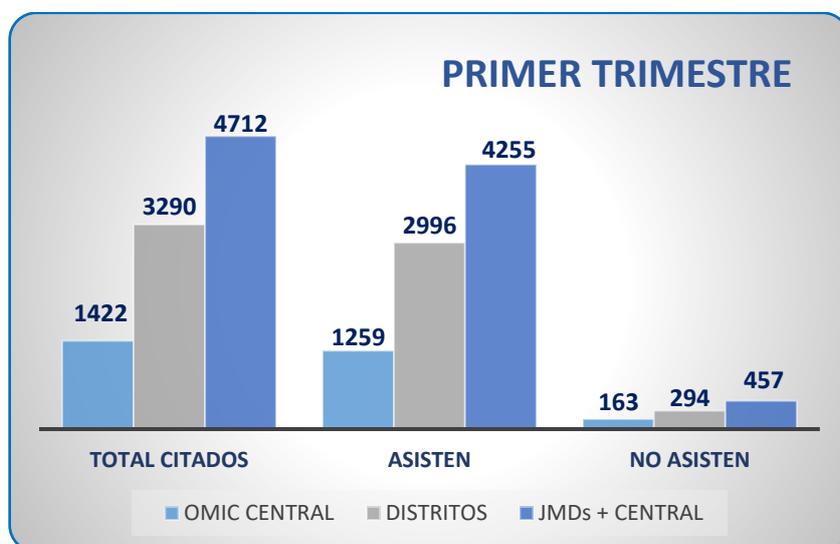
Desglosando el número de personas atendidas **presencialmente** con cita previa, **270** de ellas lo ha sido de forma presencial en nuestras oficinas, 193 de ellas en horario de mañana y 77 en el de tarde.

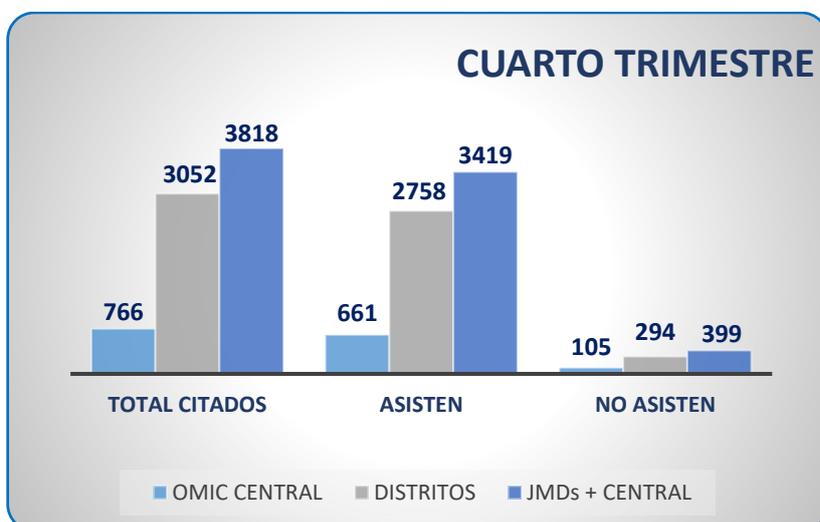
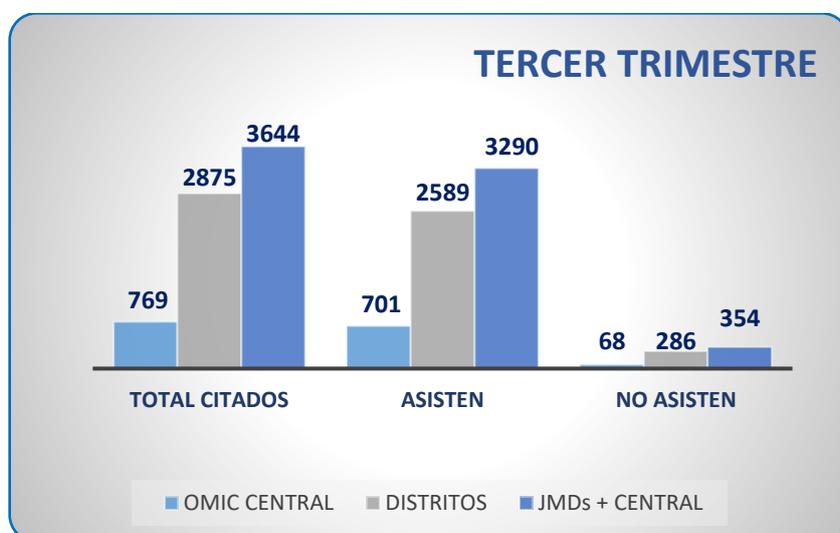
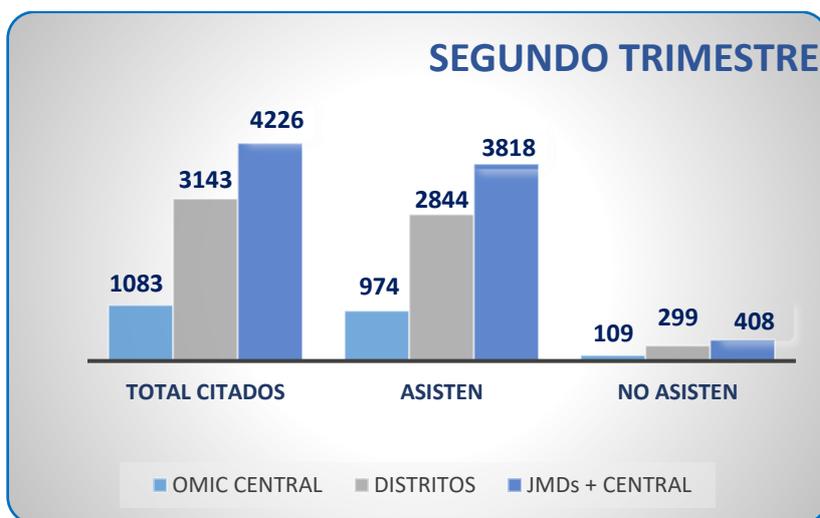
Respecto al nivel de falta de asistencia a citas concertadas, se observa un repunte, subiendo hasta el 11,01%, frente al 7,30% de 2022. En los distritos la asistencia ha llegado al 90,51%, tal y como puede apreciarse en la siguiente tabla, que refleja la atención en el conjunto de las oficinas de OMIC durante el ejercicio 2023.

Exponiendo los **datos conjuntos de la OMIC Central y del resto de oficinas de los distritos**, se obtienen las siguientes cifras:

ATENCIÓN PERSONALIZADA EN LA <u>OMIC</u> CON <u>CITA PREVIA</u>					
	OMIC Central	Distritos	Total	% Total OMIC Central	% Total Distritos
Personas citadas	4040	12.360	16.400	24,63%	75,37%
Personas que acudieron a la cita	3595	11.187	14.782	88,99%	90,51%
Personas que NO asistieron a la cita	445	1173	1.618	11,01%	9,49%

En los gráficos siguientes puede apreciarse la **evaluación trimestral de las personas atendidas**:





b) Colaboración con las asociaciones de consumidores (ACUS)

Para contribuir a la atención personalizada a las personas consumidoras y el fomento del asociacionismo en materia de consumo, la OMIC Central desarrolla un programa en colaboración con las asociaciones de consumidores integradas en el Consejo Municipal de Consumo, el *Programa de Asesoramiento personalizado a las personas consumidoras*. Consiste en proporcionarles información y asesoramiento jurídico y económico, basado en los principios de gratuidad, confidencialidad e independencia, con carácter personalizado y tratando de adaptarse a las circunstancias específicas de la persona solicitante de dicha atención.

En concreto, este programa pretende dar cobertura a diferentes líneas de consulta:

- ➔ En primer lugar, orientación jurídica relativa a aquellos supuestos y controversias que los/as ciudadanos/as deseen plantear, siempre que afecten a sus relaciones de consumo.
- ➔ En segundo lugar, dar respuesta y orientación a las consultas formuladas por la ciudadanía en relación con los sectores que puedan afectar a su economía familiar (suministros, créditos y préstamos, contratación de seguros y planes de pensiones, y similares), así como apoyo y ayuda en la planificación y gestión de su economía doméstica y de ahorro.

Este programa se puede prestar por diferentes canales, para garantizar el servicio de atención de forma personalizada, ofreciendo a la persona consumidora la **opción de atención presencial o telefónica**.

c) Atención sin cita previa y correo electrónico para consultas

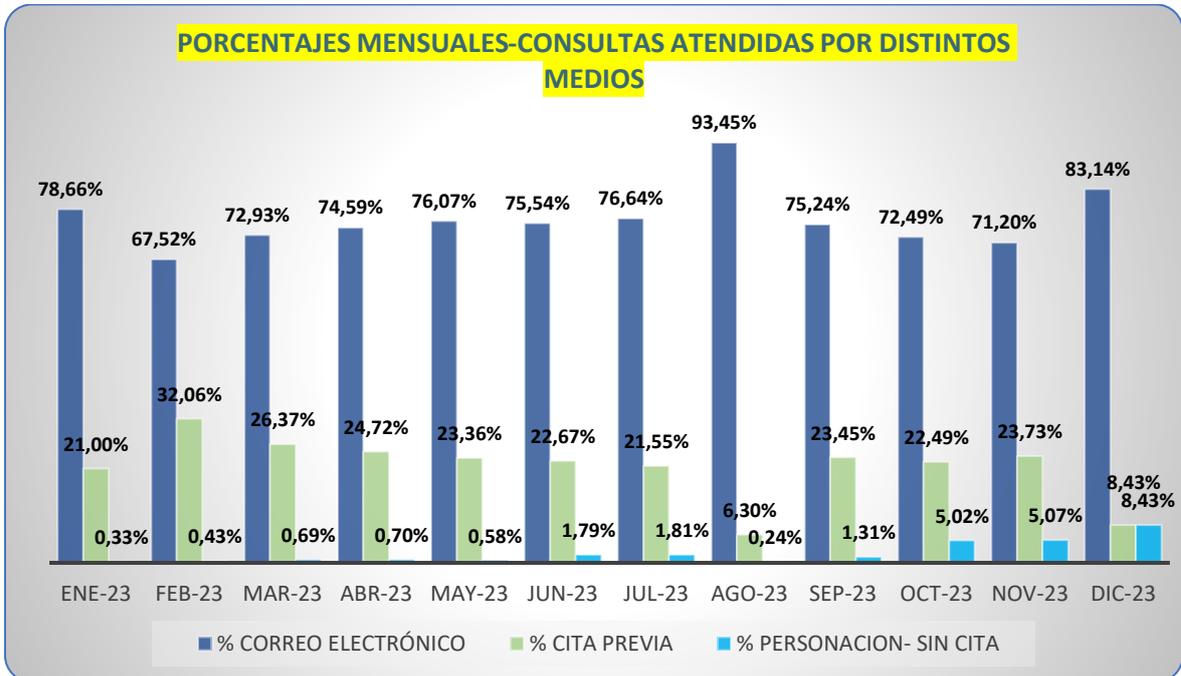
Durante el año 2023, se ha vuelto a la normalidad prepandemia respecto a la atención presencial sin cita previa, al permitirse la entrada libre al edificio. Dado que desde la pandemia se han desarrollado diferentes canales de atención no presencial que han resultado muy eficaces y bien acogidos por las personas consumidoras, como es la consulta por correo electrónico, la personación sin cita previa actualmente no ha llegado a los niveles prepandemia. De esta manera, en la OMIC Central se han atendido a lo largo de 2023, sin cita previa, a 311 personas que han demandado algún tipo de información en materia de consumo.

Comparando los datos previos a la pandemia y al inicio de la misma con la situación actual, se aprecia que en 2019, en la OMIC Central, se atendió a 6588 personas sin cita previa y 1.500 consultas formuladas por correo electrónico, totalizando 8088 atenciones; en 2020, desde el inicio del año hasta el 12 de marzo se atendieron 1279 personas sin cita previa y a partir de esa fecha, la atención se realizó por correo electrónico. En total, en el año 2020, 9146 consultas por correo electrónico.

En 2023, se ve ya una clara inversión de los datos, que son: 12.038 consultas por correo electrónico, 4.040 atenciones con cita previa (445 no acudieron finalmente) y 311 atenciones presenciales sin cita previa,

En la siguiente tabla se resume la atención personalizada realizada en la OMIC Central por las distintas vías anteriormente descritas.

DISTRIBUCIÓN DE LA ATENCIÓN PERSONALIZADA DE LA <u>OMIC CENTRAL</u> (2023)				
OMIC Central	Consultas respondidas por correo electrónico	Personas atendidas con cita previa	Atendidas sin cita	TOTAL
Enero	1176	314	5	1495
Febrero	1110	527	7	1644
Marzo	1156	418	11	1585
Abril	854	283	8	1145
Mayo	1052	323	8	1383
Junio	1226	368	29	1623
Julio	1099	309	26	1434
Agosto	771	52	2	825
Septiembre	1091	340	19	1450
Octubre	967	300	67	1334
Noviembre	885	295	63	1243
Diciembre	651	66	66	783
TOTAL	12.038	3.595	311	15.944



Por lo tanto, el año 2023 se sitúa a la cabeza en relación con la resolución de consultas e información a las personas consumidoras, desde que se tienen registros, lo que ha requerido un amplio esfuerzo por parte de la Unidad de Información de la OMIC Central para dar respuesta ágil a todas estas consultas.

Por otro lado, en lo que se refiere al tiempo demora en atender las consultas recibidas, hay que remarcar que **el 100% de las consultas presentadas por escrito se contestan en menos de 5 días hábiles y las citas previas solicitadas se conceden con una demora inferior a 10 días en el 85% de los casos**, en el conjunto de las OMIC.

En el siguiente cuadro se desglosan estas cifras:

DEMORA ATENCIÓN OMIC 2023				
	CITAS	MENOS de 10 DIAS	>10 ≤ 20 DIAS	MAS DE 20 DIAS
OMIC CENTRAL	4040	97,35%	2,3%	0,3%
ARGANZUELA	328	46,34%	30,2%	23,5%
BARAJAS	863	97,68%	2,3%	0,0%
CARABANCHEL	619	85,46%	13,7%	0,8%
CENTRO	789	78,71%	14,6%	6,7%
CHAMARTIN	573	89,70%	9,8%	0,5%
CHAMBERI	751	92,14%	5,3%	2,5%
CIUDAD LINEAL	819	80,95%	8,9%	10,1%
FUENCARRAL	464	65,09%	13,1%	21,8%
HORTALEZA	433	71,59%	25,9%	2,5%
LATINA	531	86,44%	13,2%	0,4%
MONCLOA	591	65,65%	33,2%	1,2%
MORATALAZ	746	95,98%	3,8%	0,3%
P. VALLECAS	613	70,31%	29,7%	0,0%
RETIRO	735	92,65%	7,1%	0,3%
SALAMANCA	689	96,23%	3,8%	0,0%
SAN BLAS	516	69,96%	24,8%	5,2%
TETUAN	463	87,26%	12,3%	0,4%
USERA	371	52,83%	31,3%	15,9%
VICALVARO	738	80,49%	11,2%	8,3%
VALLECAS VILLA	124	7,26%	24,2%	68,5%
VILLAVERDE	604	64,24%	33,8%	2,0%

Demora atención 2023				
	CITAS	MENOS de 10 DIAS	>10 ≤ 20 DIAS	MAS DE 20 DIAS

OMIC				
CENTRAL	4040	97,35%	2,3%	0,3%
ARGANZUELA	328	46,34%	30,2%	23,5%
BARAJAS	863	97,68%	2,3%	0,0%
CARABANCHEL	619	85,46%	13,7%	0,8%
CENTRO	789	78,71%	14,6%	6,7%
CHAMARTIN	573	89,70%	9,8%	0,5%
CHAMBERI	751	92,14%	5,3%	2,5%
CIUDAD LINEAL	819	80,95%	8,9%	10,1%
FUENCARRAL	464	65,09%	13,1%	21,8%
HORTALEZA	433	71,59%	25,9%	2,5%
LATINA	531	86,44%	13,2%	0,4%
MONCLOA	591	65,65%	33,2%	1,2%
MORATALAZ	746	95,98%	3,8%	0,3%
P. VALLECAS	613	70,31%	29,7%	0,0%
RETIRO	735	92,65%	7,1%	0,3%
SALAMANCA	689	96,23%	3,8%	0,0%
SAN BLAS	516	69,96%	24,8%	5,2%
TETUAN	463	87,26%	12,3%	0,4%
USERA	371	52,83%	31,3%	15,9%
VICALVARO	738	80,49%	11,2%	8,3%
VALLECAS				
VILLA	124	7,26%	24,2%	68,5%
VILLAVERDE	604	64,24%	33,8%	2,0%

Por último, **desagregando por sectores**, los datos de las consultas recibidas por correo electrónico, se observa que a información de reclamaciones y procedimiento (3535), seguido de consultas sobre los sectores suministro luz (2417) y telefonía (1215).

2023-SECTORES- CONSULTAS POR EMAIL	TOTAL
Alimentación	36
Cita previa	654
Compra bienes fuera establecimiento	58
Compra bienes online	933
Compra bienes presencial	747
Dentix-financiera	11
Educación	285

Información reclamaciones - procedimiento	1716
Juego	10
No consumo	816
Salud y estética (clínicas dentales, belleza,..)	357
Seguros	365
Servicios financieros	364
Servicios generales (talleres, SAT, reparación domicilio, tintorerías)	884
Servicios ocio (Cines, gimnasios, espectáculos, restauración)	461
Suministro agua	78
Suministro -bono social/térmico/digital	127
Suministro gas	1851
Suministro luz	2638
Suministro luz y gas	387
Suministro tope gas	7
Telefonía	1453
Transporte (alquiler vehículos, mensajería, taxi, metro, bus)	415
Viajes- alojamiento	154
Viajes- transporte	777
Viajes- viajes combinados	83
Vivienda-alquiler	202
Vivienda-compra	75
TOTAL	15.944

➤ Distribución de hojas del sistema unificado de reclamaciones (SUR)

El Decreto 1/2010, de 14 de enero, del Consejo de Gobierno, por el que se aprueba el Reglamento de la Ley 11/1998, de 9 de julio, de Protección de los Consumidores de la Comunidad de Madrid, establece que todos los establecimientos y actividades que se presten servicio en la región deben tener hojas de reclamaciones a disposición de las personas consumidoras, siendo las entidades locales las encargadas de su distribución, entre otras administraciones públicas. La OMIC realiza esta actividad en todas sus oficinas poniendo a disposición también carteles informativos de su existencia. Las hojas y carteles

están también disponibles a través del portal de gestiones y trámites del Ayuntamiento de Madrid.

A la disminución de peticiones presenciales como consecuencia de la entrada en vigor del procedimiento de descarga *online* de las hojas de reclamaciones a partir de 2019, se suma que la petición de hojas en formato papel ha disminuido como consecuencia del estado de alarma. No obstante, una vez producida la reapertura de las oficinas OMIC se ha continuado la entrega física de hojas de reclamaciones, bien presencialmente, o por envío por correo postal. Si bien estas solicitudes han sido mínimas. La entrega se realiza en el mismo momento, si disponen de la documentación justificativa de la actividad comercial.

Convenios con organizaciones empresariales para la distribución de hojas de reclamaciones

Adicionalmente, se mantienen convenios de colaboración firmados con las organizaciones empresariales que así lo solicitan y que tienen por objeto la difusión y distribución de hojas del SUR entre sus asociados, con sede en el municipio de Madrid. Dichos convenios tienen por objeto regular la cooperación y colaboración entre el Ayuntamiento de Madrid y las organizaciones empresariales, en favor del interés público para impulsar un comercio de calidad, respetuoso con los derechos reconocidos por la ley a las personas consumidoras y, en particular, el derecho a reclamar.

En concreto, se mantienen vigentes **5 convenios** con las siguientes organizaciones: Federación madrileña de detallistas de la carne (CARNIMAD), Asociación madrileña de empresarios de alimentación y distribución (LA ÚNICA), Asociación de empresarios detallistas de pescados y productos congelados de la Comunidad de Madrid (ADEPESCA), Asociación de comerciantes de calzado de Madrid (ACC) y Asociación empresarial del comercio textil, complementos y piel (ACOTEX).

1.2. Actividades desarrolladas por la Junta Arbitral de Consumo del Ayuntamiento de Madrid



El Sistema Arbitral de Consumo (en adelante, SAC) es el arbitraje institucional de resolución extrajudicial de conflictos, de carácter vinculante y ejecutivo para ambas partes, de las controversias surgidas en las relaciones de consumo.

Al igual que en ejercicios anteriores, la Dirección General Comercio, Hostelería y Consumo, a través de la Subdirección General de Consumo, ha desarrollado en 2023 acciones para promover el conocimiento de este sistema entre consumidores y empresas y fomentar la adhesión voluntaria de estas últimas.

➤ [Actividad de la Junta Arbitral de Consumo](#)

El Sistema Arbitral de Consumo (en adelante, SAC) es el arbitraje institucional de resolución extrajudicial de conflictos, de carácter vinculante y ejecutivo para ambas partes, de las controversias surgidas en las relaciones de consumo.

La Junta Arbitral de Consumo del Ayuntamiento de Madrid es el órgano administrativo encargado de la gestión y tramitación de las solicitudes de arbitraje formuladas por las personas consumidoras, siendo una de las primeras Juntas Arbitrales constituidas en España.

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

En este ejercicio se ha dado continuidad al desarrollo de las audiencias presenciales, una vez recuperada la total normalidad tras la pandemia por COVID-19, y se ha puesto en marcha el sistema de videoconferencia para permitir la celebración de audiencias a distancia en los casos en que alguna de las partes no pueda asistir presencialmente.

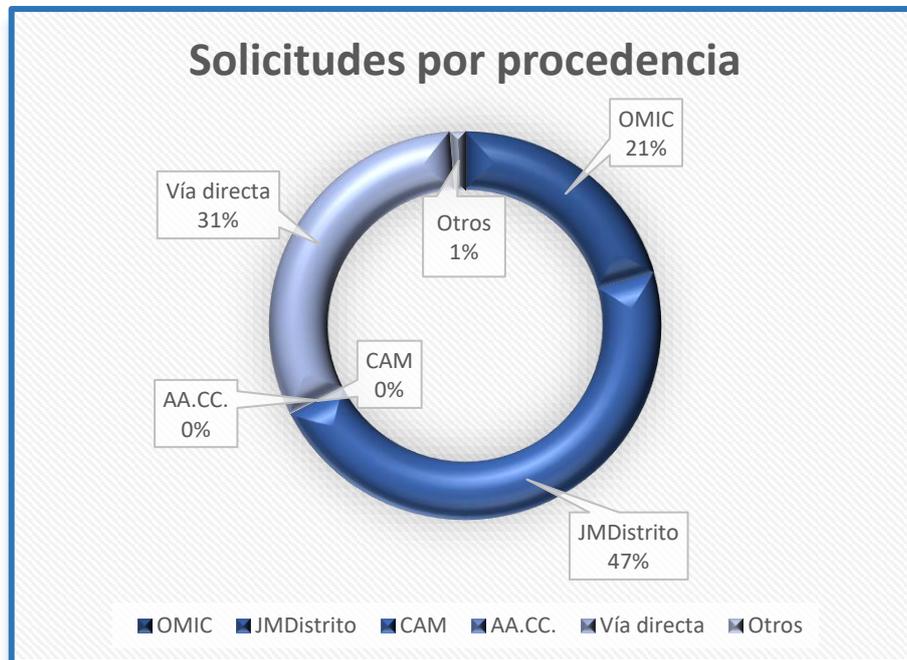
En 2023 se han realizado 398 vistas arbitrales, cifra cercana a la obtenida en 2022 (441), habiéndose registrado un cierto descenso en el **número de solicitudes de arbitraje presentadas por las personas consumidoras (632)** respecto a las recibidas en 2022 (866).

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



Así se constata en el siguiente gráfico de distribución porcentual de solicitudes en función de su origen.

El grupo mayoritario (426) procede de las oficinas de la OMIC del Ayuntamiento de Madrid, en concreto, 130 de la oficina Central y 296 de las oficinas de distrito, es decir, el 67,41% del total. El 31,17 % de las solicitudes restantes fueron, prácticamente, presentadas directamente por las personas consumidoras ante la JAC municipal.



PROCEDENCIA	O.M.I.C.	J.M. DISTRITOS	C.A.M.	AA.CC.	VÍA DIRECTA	OTROS	TOTAL
TOTALES	130	296	1	0	197	8	632
%	20,57%	46,84%	0,16%	0,00%	31,17%	1,27%	100%

La Junta Arbitral de Consumo del Ayuntamiento de Madrid continúa manteniendo con los principales sectores reclamados, las comunicaciones necesarias en el procedimiento arbitral (envío de solicitudes de arbitraje, contestaciones y citaciones a audiencias arbitrales) por vía electrónica. De igual forma se procede con los árbitros de las organizaciones de consumidores y empresarios que acuden a las vistas arbitrales, con el fin de agilizar las comunicaciones.

a) Distribución sectorial de solicitudes de arbitraje.

En 2023 la distribución de solicitudes de arbitraje se ha efectuado conforme al **modelo armonizado de clasificación** de reclamaciones, acorde con la recomendación europea en este ámbito, que comprende **11 sectores generales que, a su vez, se desglosan en los correspondientes sectores específicos**. En el mismo sentido ha operado el desarrollo informático para la extracción de los datos estadísticos que, a distintos niveles, genera la tramitación de solicitudes de arbitraje. En la siguiente tabla refleja de manera más detallada la distribución sectorial de las distintas solicitudes de arbitraje registradas.

DISTRIBUCIÓN DE EXPEDIENTES POR SECTORES 2023		
Sector	N.º de solicitudes	Porcentaje
Bienes de consumo	137	21,68%
Servicios generales	135	21,36%
Telecomunicaciones	108	17,09%
Energía y agua	80	12,66%
Transporte y servicio postal	60	9,49%
Servicios de ocio	42	6,65%
Salud	23	3,64%
Educación	18	2,85%
Vivienda	17	2,69%
Servicios financieros	9	1,42%
Alimentación	3	0,47%
TOTAL	632	100%

En el año 2023, se ha producido un **cambio en la distribución de expedientes por sectores** en arbitraje, el grupo más numeroso corresponde a los bienes de consumo, el cual representa un 21,68% del total, seguido de servicios generales con un 21,36% y telecomunicaciones con un 17,09% (si bien en los años precedentes este era el sector con mayor número de reclamaciones).

De manera más específica, dentro del sector de la compra de bienes, cabe resaltar las 18 solicitudes relativas a la adquisición de textil y prendas de vestir, 13 solicitudes recibidas sobre compras de calzado, así como otras 13 solicitudes sobre mobiliario.

En cuanto a los servicios generales, el dato más significativo son las 31 solicitudes relativas a las tintorerías con un 4,91% del total de asuntos gestionados en la Junta Arbitral de Consumo del Ayuntamiento de Madrid, 26 sobre mantenimiento y reparación de vehículos a motor, seguido de las reparaciones del hogar, con 24 solicitudes.

Del grupo de las telecomunicaciones, los subsectores más destacados son los servicios combinados de telefonía con 78 solicitudes, los de telefonía móvil con 24 solicitudes y los de Internet con 5 solicitudes.

En la siguiente tabla se presenta toda esta información referida a la distribución de solicitudes en los sectores específicos más destacados en cuanto al número de expedientes registrados:

	SUBSECTOR	N.º DE SOLICITUDES
Bienes de consumo	Textil y prendas de vestir	18
	Calzado	13
	Mobiliario	13
	Aparatos de telefonía	12
	Menaje del hogar/Ferretería/Bricolaje	12
	Otros bienes de consumo *	69
Bienes de consumo		137
Servicios generales	Tintorería	31
	Mantenimiento y reparación de vehículos a motor	26
	Reparaciones del hogar	24
	Belleza, estética y peluquería	10
	Otros servicios *	44
Servicios generales		135
Telecomunicaciones	Servicios combinados telefonía	78
	Servicios de telefonía móvil	24
	Servicios de Internet	5
	Servicios de telefonía fija	1
Telecomunicaciones		108
Energía y agua	Electricidad comercializadora	36
	Gas comercializadora	22
	Gas distribuidora	6
	Electricidad distribuidora	5
	Agua	4
	Otros	7
Energía y agua		80
Transporte y servicio postal	Tren	22
	Transporte aéreo	14
	Transporte de mercancías/paquetería	5
	Servicios postales	9
	Otros	10
Transporte y servicio postal		60

*Otros: se incluyen subsectores con escasa representación

Servicios de ocio	Agencias de viaje	15
	Gimnasios	8
	Establecimientos de hostelería	5
	Servicios culturales/ de entretenimiento	5
	Otros	9
Servicios de ocio		42
Salud	Servicios de odontología	10
	Hospitales, clínicas y profesionales sanitarios	7
	Productos farmacéuticos y parafarmacia	4
	Otros	2
Salud		23
Educación	Otras enseñanzas no regladas	7
	Enseñanza idiomas	4
	Autoescuelas	3
	Otros	4
Educación		18
Vivienda	Arrendamiento de vivienda libre	10
	Compraventa de vivienda libre	3
	Comunidad de Propietarios	2
	Otros	2
Vivienda		17
Servicios financieros	Bancos y entidades financieras	3
	Empresas de recobros	2
	Seguros	2
	Otros	2
Servicios financieros		9
Alimentación	Comidas y bebidas	3
		632

b) Resoluciones arbitrales.



unipersonal.

Los órganos arbitrales que emiten las resoluciones son los designados por la Presidencia de la Junta Arbitral, los cuáles, en función de su composición, pueden ser unipersonales o colegiados. Durante el ejercicio 2023, se han celebrado **398 vistas arbitrales, de las cuales 310 han tenido lugar con órgano arbitral colegiado y 88 con órgano**

Se ha emitido un total de 398 laudos arbitrales, 379 en equidad y 19 en derecho.

Los colegios arbitrales de la JAC del Ayuntamiento de Madrid se han constituido por los árbitros propuestos por 15 asociaciones de consumidores y 11 organizaciones empresariales, en desarrollo de los convenios de colaboración vigentes celebrados con dichas asociaciones y organizaciones. Los órganos unipersonales han estado constituidos por árbitros del Ayuntamiento de Madrid y profesores de la UNED, en ejecución del convenio suscrito al efecto.

Los resultados de las vistas celebradas en el año 2023, conforme al carácter de los laudos emitidos, se clasifican de la siguiente manera:

RESULTADO DE LAS VISTAS CELEBRADAS		
Resultado/Resoluciones arbitrales	Número	Porcentaje
Estimatorio total o parcialmente	209	52,51%
Desestimatorio	116	29,15%
Conciliatorio	44	11,06%
Archivo-Vía judicial cerrada	6	1,50%
Archivo-Vía judicial expedita	0	0,00%
Suspensión	0	0,00%
Inspección ocular	0	0,00%
Inhibitorio	23	5,78%
TOTAL	398	100%

➤ **Promoción del arbitraje de consumo**

La labor de fomento del Sistema Arbitral de Consumo para promover su conocimiento por parte de la ciudadanía y conseguir nuevas empresas adheridas a dicho sistema, se ha llevado a efecto en 2023 a través de distintos tipos de acciones:

- 1) Campaña de promoción en mobiliario urbano, con el lema “Madrid resuelve”. Se exhibió en un circuito de marquesinas de autobuses (110 carteles) repartidos por toda la ciudad, del 20 de febrero al 5 de marzo.
- 2) Campaña de actualización de los censos de empresas o profesionales adheridos al Sistema Arbitral de Consumo y a los Códigos de Buenas Prácticas, publicados en el espacio de Consumo de la web del Ayuntamiento de Madrid (www.madrid.es/consumo).



- 3) Nuevo diseño del tríptico sobre el Sistema Arbitral de Consumo, como material de apoyo para el desarrollo de las campañas de sensibilización realizadas, habiéndose impreso 5.100 ejemplares.



- 4) Elaboración de tres nuevos formularios electrónicos que constan en la sede electrónica municipal:

- Solicitud de acreditación de árbitros / actualización de datos.
- Propuesta de árbitros.

- Contestación del reclamado no adherido al Sistema Arbitral de Consumo.



Con ocasión de la puesta en marcha de estos formularios, para poder realizar la consulta de los datos en ellos consignados y dar cumplimiento a lo establecido en el artículo 28.2 de la Ley 39/2015, de 1 de octubre, de Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas, se ha solicitado y obtenido el alta en la Plataforma de Intermediación de Datos (PID), puesta a disposición de las AAPP por el Ministerio para la Transformación Digital y de la Función Pública, utilizando el procedimiento establecido al efecto a través de la Coordinación de la Alcaldía.

Como resultado de todas las acciones de promoción del arbitraje de consumo se han contabilizado 393 nuevas adhesiones, alcanzando un total de **4.164 empresas madrileñas adheridas al Sistema Arbitral de Consumo al finalizar 2023.**

➤ Desarrollos informáticos para la Junta Arbitral de Consumo

Durante el año 2023, se ha dado continuidad a la gestión de las solicitudes de arbitraje a través de la aplicación SIGSA, basada en el expediente electrónico. Así mismo se ha seguido trabajando en el desarrollo y utilización de la notificación electrónica y de la aplicación Data Warehouse (*Business Intelligence*, inteligencia empresarial) para la explotación estadística de forma rápida y ágil de los datos relativos al procedimiento arbitral de consumo.

Se está pendiente de la implementación, por parte de Informática del Ayuntamiento de Madrid (IAM), de un nuevo proyecto para la automatización parcial, adaptación y mejora de los flujos de trabajo de los procedimientos de la Junta Arbitral de Consumo del Ayuntamiento de Madrid, con la finalidad de incrementar la agilidad en la tramitación de los expedientes arbitrales.

➤ Otras actuaciones

- En 2023 se firmó la adenda de prórroga del convenio suscrito en 2022 entre la Universidad Nacional a Distancia (UNED) y el Ayuntamiento de Madrid para seleccionar personal docente e investigador con capacidad para colaborar en el Sistema Arbitral de Consumo en el ámbito del Ayuntamiento de Madrid. Su objeto ha sido establecer el marco de colaboración entre la Junta Arbitral de Consumo del Ayuntamiento de Madrid y la UNED para seleccionar profesores de la UNED con capacidad para participar en las audiencias arbitrales unipersonales, en coordinación con los recursos disponibles y las peticiones de arbitraje solicitadas por los consumidores, y asegurar el correcto funcionamiento del arbitraje de consumo en el ámbito del Ayuntamiento de Madrid.
- Se han tramitado, con carácter anticipado las prórrogas para 2024, de los convenios entre el Ayuntamiento de Madrid y las asociaciones de consumidores y organizaciones empresariales para garantizar la eficaz gestión y el funcionamiento del Sistema Arbitral de Consumo. Se han suscrito 30 prórrogas en total, 15 con asociaciones de consumidores y 15 organizaciones empresariales.

Línea de acción II

Formación sobre consumo



Durante el año 2023 se ha desarrollado una intensa actividad formativa que, en este ejercicio, ha incidido especialmente en los colectivos más vulnerables de personas consumidoras, en particular el de las personas mayores, continuando también con las habituales acciones dirigidas a los comerciantes, a través de visitas personalizadas a establecimientos ubicados en determinadas zonas comerciales seleccionadas.

La mayoría de las acciones formativas han estado integradas en el Programa anual de formación en materia de consumo, desarrollado a través del contrato vigente para este ejercicio 2023.

En este sentido, se han conseguido realizar todos los tipos de actividades comprendidas en el programa anual, esto es los talleres sobre consumo en centros escolares, las sesiones formativas para el colectivo de adultos, los puntos informativos en centros de mayores y las actividades en colegios de educación especial, así como el programa de comerciantes. Este esfuerzo y la gran colaboración recibida por parte de los centros destinatarios del programa ha permitido su exitoso desarrollo, tanto en cuanto a las sesiones formativas impartidas como al número de alumnos/as formados/as.

En lo que respecta a la formación específica dirigida al personal municipal, desde la Dirección General y previa consulta con los distritos, se han programado un conjunto de cursos, para contribuir a la mejora continua de nuestros servicios, a través de la actualización de conocimientos en materia de consumo de los profesionales que trabajan en ellos. Se han desarrollado en formato *online* a través de las herramientas corporativas que permiten la interacción con los participantes. Dentro de esta oferta formativa interna se han mantenido también los dirigidos a todo el personal municipal y destinados a reforzar su conocimiento sobre sus derechos en materia de consumo y a promover hábitos de consumo sostenible.

2.1. Programa de formación en consumo

➤ Acciones formativas dirigidas a las personas consumidoras



El Programa de formación en materia de consumo este año contemplaba un conjunto de acciones formativas dirigidas a distintos públicos objetivo, con especial incidencia en aquellos colectivos que, conforme a la normativa vigente, deben ser objeto de especial protección, es decir, escolares, personas con discapacidad, inmigrantes y mayores.

En total, se han realizado 1.388 acciones formativas dirigidas a consumidores que han contado con 35.025 participantes.

Los resultados obtenidos se consideran muy satisfactorios, tanto por los datos cuantitativos como por las evaluaciones realizadas.

a) Talleres de consumo.

Son actividades educativas que **se desarrollan en la escuela** en las que se tratan temas monográficos sobre consumo. Con ellos se promueve la formación específica desde la infancia, constituyendo un complemento a la enseñanza reglada. La oferta temática ofrecida a los centros ha sido muy similar a la del ejercicio anterior y su público objetivo abarca los niveles del ciclo educativo comprendidos entre la educación infantil al bachillerato, incluyendo la formación profesional. Su formato es en todos los casos el de taller práctico interactivo en el que pueda participar e interaccionar el alumnado.

El **número total de talleres** celebrados en 2023 ascendió a **1280**, tal y como estaba programado. Todos estos talleres se desarrollaron de manera presencial y en ellos **participaron 26.730 alumnos/as**. Las temáticas de los talleres las eligieron los propios centros, dentro de una variada oferta, en las que tiene un peso importante el fomento de un modelo de consumo responsable, en línea con los Objetivos del Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas (ODS).

OFERTA TEMÁTICA DE TALLERES DE CONSUMO 2023
Salud y seguridad de los productos
Saber comprar
Suministros básicos
Comercio Justo
Consumo sostenible de productos y servicios
Gestión de la economía doméstica
Las redes sociales y su utilización
Medios de pago y nuevas tecnologías
Comercio electrónico
Ocio, juegos y juguetes
Consumo y alimentación sostenible: desperdicio alimentario
Uso sostenible de la energía: Ahorro y eficiencia energética
Minimización, separación y reciclaje de residuos. La fracción biorresiduo
Educación financiera: banca, seguros y finanzas
Publicidad y medios de comunicación
Reclamaciones y denuncias de consumo

La evaluación efectuada al final del conjunto de todos los talleres realizados arroja una **valoración media de 4,72 puntos sobre 5**, similar a la valoración a la del pasado ejercicio que fue 4,70, 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.

Algunas temáticas se han priorizado en línea con otros proyectos u objetivos desarrollados en el marco del conjunto de las competencias municipales en materia de consumo. Entre ellas cabe destacar las siguientes:

TEMÁTICAS PRIORITARIAS	TEMAS	TALLERES REALIZADOS
Alimentación sostenible	Consumo y alimentación sostenible: desperdicio alimentario.	208
Comercio Justo	Comercio Justo.	59
Educación financiera	Educación financiera: banca, seguros y finanzas. Gestión de la economía doméstica personal y familiar.	98
Consumo sostenible	Consumo sostenible de productos y servicios.	30
	Uso sostenible de la energía. Ahorro y eficiencia energética.	55
	Minimización, separación y reciclaje de residuos: La fracción biorresiduo.	145

Al respecto de los talleres de las temáticas anteriormente destacadas, el desglose por niveles del ciclo educativo es el siguiente:

- ➔ 208 talleres de Consumo y alimentación sostenible: 21 talleres en educación infantil, 174 talleres en educación primaria y 13 en educación secundaria.
- ➔ 59 talleres de Comercio Justo: 43 talleres en educación primaria y 16 en educación secundaria.
- ➔ 98 talleres dedicados a la Educación Financiera: 22 talleres de Educación Financiera: banca, seguros y finanzas, en educación secundaria y otros 76 dedicados a la Gestión de la economía doméstica y familiar. De estos últimos, 50 se han realizado en educación primaria y 26 en educación secundaria.

- ➔ También, destaca el resto de las temáticas dedicadas al consumo responsable y sostenible, con un dato global 230 talleres con el siguiente detalle: 30 sobre consumo sostenible de productos y servicios, 55 sobre uso sostenible de la energía, ahorro y eficiencia energética y 145 sobre minimización, separación y reciclaje de residuos: la fracción biorresiduo.

Este año, al igual que el anterior, en todos los talleres de secundaria, FP y Bachillerato, independientemente de su temática específica, se ha abordado el impacto negativo de la comercialización de falsificaciones y de la venta ilegal en los derechos de los consumidores, complementando con ello las campañas de sensibilización contra la venta ilegal y de falsificaciones que lleva a cabo el Ayuntamiento de Madrid, en colaboración con la Asociación Nacional para la Defensa de la Marca, ANDEMA, y en el marco del convenio suscrito con la Oficina Española de Patentes y Marcas (OEPM) y la Oficina de Propiedad Intelectual de la Unión Europea (EUIPO), para la adhesión de Madrid a la red europea de Autenticidades. Han sido 263 talleres donde se ha difundido este contenido con 5.758 participantes.

b) Gymkhanas de consumo.

En este año 2023 han podido recuperarse actividades formativas como las gymkhanas de consumo que están enfocadas principalmente a los colectivos de las **personas con discapacidad**. En ellas se plantea la realización práctica de varias pruebas que debe superar los participantes, todas ellas encaminadas a su formación en 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. En el año 2023 se han desarrollado **2 gymkhanas** de consumo, con un total de **27 personas participantes**. En la evaluación efectuada por éstos se otorga una **puntuación media de 4,86 puntos sobre 5**, alcanzado una excelente valoración.

c) Supermercado itinerante.

Esta suele ser una de las actividades más demandadas por su formato especialmente práctico e interactivo, que consiste en la representación física de un supermercado, y que también ha podido recuperarse, una vez superadas las restricciones de la pandemia.

Este año en esta actividad formativa se ha trabajado potenciando los contenidos de comercio de proximidad, producto de cercanía y producto local, incluyendo módulos adaptables con diferentes alturas adaptadas a las características específicas de los participantes.

Los participantes reciben información sobre diversos aspectos relativos a la compra: tipos de alimentos, producto de cercanía y producto local, presupuesto previo, la lista de la compra, el tique de caja y la interposición de una reclamación cuando se presenta algún problema. Al igual que la actividad anterior se dirige principalmente a los **colectivos de personas con discapacidad**. En 2023, se desarrollaron 15 supermercados, con 137 participantes. En la evaluación efectuada se le otorga una **puntuación media de 4,80 puntos sobre 5**.

d) Actividades para para personas mayores.

El formato de esta acción se basa en la instalación de **puntos informativos sobre consumo en los centros municipales de personas mayores**, en los que durante tres horas personal técnico en consumo atiende las consultas de las personas que acuden al mismo. Los centros fueron seleccionados por la dirección general competente en materia de protección a las personas mayores.



Durante esta actividad, se distribuyó la guía divulgativa “Las personas mayores y el consumo”, en la que se tratan los temas de mayor interés para este colectivo, tales como: saber comprar, cómo reclamar, publicidad, etiquetado de los productos, consumo sostenible, transportes, bancos, electricidad, gases combustibles y compras a través de Internet, entre otros, que incorporaba para su actualización una agenda que incluía las principales novedades introducidas por la normativa en materia de suministros energéticos.

En esta ocasión se han distribuido un total de 4040 guías en los **21 centros de mayores** que han participado en esta actividad formativa:

CENTRO DE MAYORES PARTICIPANTES EN EL PROGRAMA DE FORMACIÓN 2023			
Centro Municipal	Distrito	Centro Municipal	Distrito
Casa Del Reloj	Arganzuela	Ciudad de Méjico	Latina
Acuario	Barajas	Casa del Bulevar	Puente de Vallecas
Monseñor Oscar Romero	Carabanchel	Pérez Galdós	Retiro
Antón Martín	Centro	La Guindalera	Salamanca
Prosperidad-Santa Hortensia	Chamartín	Canillejas	San Blas
Antonio Mingote	Chamberí	Remonta	Tetuán
Canal de Panamá	Ciudad Lineal	Daroca	Vicálvaro
Peñagrande	Fuencarral	Villa De Vallecas	Villa De Vallecas
San Benito	Hortaleza	Villalonso	Villaverde
Manzanares	Moncloa	Arturo Pajuelo	Usera
Moratalaz	Moratalaz		

A los consumidores atendidos en los puntos de información se les ha solicitado rellenar una breve encuesta anónima que pretende obtener conocimiento 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.

Los datos de las 427 encuestas realizadas en estos puntos, con una media aproximada de 20-25 encuestas por distrito, indican que ha habido una mayor participación de mujeres - un 61% frente al 39% de hombres. En general, la mayoría de las personas consumidoras encuestadas ha tenido problemas relacionados con el consumo en sectores como suministros y servicios, siendo los más destacados la electricidad y la telefonía.

Algunos datos adicionales recogidos en estas encuestas ponen de manifiesto la importancia de incidir en acciones formativas e informativas destinadas a este colectivo, puesto que el 67% indican no saber cómo formular una reclamación y un 55% no conoce la forma de solicitar información sobre consumo. La mayoría de las personas mayores encuestadas ve muy adecuada que esta información se les acerque a través de los centros de mayores.

e) Sesiones formativas para personas adultas.

Estas sesiones de dos horas de duración, que se imparten en **centros de formación de personas adultas** permiten exponer y debatir distintos temas básicos sobre consumo. Las temáticas tratadas en cada centro se han organizado en función de las necesidades del grupo destinatario, dentro de la oferta formativa que versaba sobre las siguientes cuestiones:

- Los derechos generales de las personas consumidoras
- El Sistema Arbitral de Consumo
- Publicidad y medios de comunicación
- Comercio Justo
- Educación financiera: banca, seguros y finanzas
- Consumo sostenible de productos y servicios
- Consumo y alimentación sostenible: desperdicio alimentario
- Uso sostenible de la energía. Ahorro y eficiencia energética.
- Minimización, separación y reciclaje de residuos. La fracción biorresiduo
- Comercio electrónico
- Medios de pago y nuevas tecnologías
- Gestión de la economía doméstica. Presupuesto personal y familiar.
- Salud y seguridad de los productos
- Suministros básicos: electricidad, agua y gas
- Saber comprar
- Ocio, juegos y juguetes

Se realizaron un total de **70 sesiones formativas, en 12 centros** de formación de personas adultas de la ciudad de Madrid. Estas sesiones formativas contaron con **1064 asistentes**. El mayor número de ellos ha elegido la temática de “Consumo y alimentación sostenible: desperdicio alimentario” y “Educación financiera”.

La evaluación global de todas las sesiones formativas arrojó una muy buena calificación con **4,91 puntos sobre 5**.

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



Dentro del programa de formación 2023, se realizó, como es tradicional, una campaña informativa dirigida a comerciantes, que se desarrolla a través de visitas a establecimientos en zonas seleccionadas de la ciudad. Sus objetivos son los siguientes:

- ➔ Elevar la calidad de los servicios de los comercios madrileños a través de la formación a los comerciantes sobre los principales derechos de las personas consumidoras.
- ➔ Informar a los establecimientos de la obligatoriedad de poner a disposición de las personas consumidoras hojas de reclamaciones y mostrar en lugar visible el cartel informativo de su disponibilidad.
- ➔ Informar sobre el Sistema Arbitral de Consumo, sus ventajas, y facilitar la documentación necesaria para la adhesión del comercio a este sistema.
- ➔ Informar sobre los Códigos de Buenas Prácticas sectoriales y promover la adhesión a los mismos.



En cada visita se ha hecho entrega al establecimiento comercial de una carpeta con documentación general relativa a los temas anteriormente citados. Además, el contenido de dicha carpeta e información adicional se puso a su disposición a través de la página web corporativa del Ayuntamiento de Madrid, en un contenido promocional dedicado a esta campaña de visitas personalizadas a establecimientos comerciales, en el que puede encontrarse en formato digital toda la documentación que este año se ha distribuido en papel, como folletos, impresos y formularios.

Los técnicos encargados de su ejecución proporcionaron información verbal sobre estos temas y facilitaron la dirección de la página web del Ayuntamiento para poder acceder a información adicional.

En el Programa de Formación en Consumo 2023 se han realizado visitas personalizadas a **752 establecimientos**. Las zonas de actuación seleccionadas han sido los distritos de Villaverde, Chamberí, Tetuán, Centro, Arganzuela y Salamanca. La distribución de establecimientos por zonas visitadas ha sido la siguiente:

ZONAS Y ESTABLECIMIENTOS VISITADOS (2023)	
ZONA	N.º DE ESTABLECIMIENTOS VISITADOS
VILLAVERDE- DISTRITO VILLAVERDE	143
EJE COMERCIAL BRAVO MURILLO- DISTRITO CHAMBERI Y TETUAN	250
RASTRO- DISTRITO CENTRO Y ARGANZUELA	238
DISTRITO SALAMANCA	121
TOTAL	752

Del total de 752 establecimientos visitados, el 99% disponían de hojas de reclamaciones y el 82% exhibía el cartel informativo.

Al respecto del conocimiento sobre el Sistema Arbitral de Consumo, solo un 4% reconoce saber en qué consiste, aunque únicamente un 3% se encontraba ya adherido. De los establecimientos visitados, el 62% pertenecen a un sector que dispone de **Código de Buenas Prácticas**, de los cuales 14 estaban ya adheridos al código sectorial correspondiente, habiéndosele facilitado información a los restantes. Este bajo conocimiento invita a seguir promocionando el conocimiento y las adhesiones a través de acciones de difusión.

➤ Resumen del programa de formación en materia de consumo

El programa de formación en consumo correspondiente al ejercicio 2023 comprendió un total de 2140 acciones formativas, incluyendo consumidores formados y establecimientos comerciales visitados.



Al igual que en el ejercicio anterior, los datos de las acciones formativas destinadas a personas consumidoras se han recogido desagregados por género, para cumplir con el indicador correspondiente de objetivos presupuestarios, con el resultado de la participación de un 50,57% de hombres y de un 49,43% de mujeres en ellas, un porcentaje muy paritario.

En la siguiente tabla se resume la distribución de acciones por tipo y el número de participantes:

PROGRAMA DE FORMACIÓN EN MATERIA DE CONSUMO 2023

Destinatarios	Tipo de acción	N.º de acciones	N.º de participantes	Hombres	Mujeres
Personas consumidoras	Talleres de consumo	1280	26730	13623	13107
	Gymkhanas de consumo	2	27	16	11
	Supermercado itinerante	15	137	73	64
	Sesiones formativas para personas adultas	70	1064	475	589
	Sesiones en centros municipales de personas mayores	21	7067	168 ¹	259 ¹
Representantes empresariales	Visitas a establecimientos comerciales	752	752		
TOTALES		2.140	35.777		

¹ Este dato recoge únicamente la desagregación de los participantes en las 427 encuestas realizadas en los centros de mayores

2.2. Colaboración con el Colegio Notarial de Madrid

En el ejercicio de la competencia de desarrollo de programas y actuaciones singulares de información y formación en materia de consumo dirigidas a las personas consumidoras y, en el marco de otras actuaciones destinadas a mejorar el conocimiento de estas en materia de educación financiera y de gestión de la economía personal y familiar que se han venido impulsando a lo largo de todo el mandato corporativo, en 2022, se inició una colaboración con el Colegio Notarial de Madrid, que permitió compartir el conocimiento experto de prestigiosos notarios en temas que son de interés general.

Esta iniciativa tuvo continuidad a lo largo de 2023. Así, entre los meses de enero y mayo de 2023, en colaboración con el Colegio Notarial de Madrid, se ha organizado un ciclo de **cinco jornadas abiertas al público en general**. Bajo el nombre "**Madrid te asesora**", los notarios ponentes han abordado temas de carácter civil y mercantil de interés para la gestión económica familiar y personal en los que son expertos. Cada una de las sesiones ha consistido en una conferencia y coloquio posterior resolviendo las propuestas de los asistentes.

Los temas abordados han sido los siguientes:

- Instrumentos jurídicos para preservar la autonomía en la discapacidad
- Instrumentos jurídicos para preservar la seguridad patrimonial en la vejez
- La importancia del testamento: consejos prácticos, cláusulas especiales, desheredación y renuncia
- El gran paso: comprar una vivienda. Trámites, cargas y gastos, con y sin hipoteca.
- Jurisdicción Voluntaria y actuación notarial: matrimonio, divorcio, deudas, herencias, subastas...

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

2.3. Formación interna. Cursos específicos sobre consumo

La Dirección General de Comercio, Hostelería y Consumo (IMC durante el primer semestre), en colaboración con la Escuela Madrid Talento, propuso y coordinó cursos específicos dirigidos al conjunto del personal municipal cuyo cometido tiene relación con los servicios que el Ayuntamiento de Madrid presta en materia de consumo.

Generalmente, la acción formativa tiene como objetivo fundamental dotar a los/as empleados/as municipales de conocimiento y capacitación técnica para el mejor desarrollo de su labor de atención a través de la OMIC y en las labores de inspección y de arbitraje.

En el 2023 se ha priorizado la formación del nuevo personal de inspección incorporado a la plantilla tras la aprobación de la oposición. Por otro lado, tras el cambio normativo del RDL 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, se ha realizado el curso en materia de procedimiento sancionador en materia de consumo.

En los demás cursos se mantiene un enfoque más amplio, dirigiéndose al conjunto de la plantilla municipal en general, para mejorar el conocimiento individual sobre los derechos de las personas consumidoras y de fomentar un consumo responsable de productos y servicios.

En el año 2023, Los cursos específicos sobre consumo, en cuya programación y coordinación se ha intervenido han sido los siguientes:

FORMACIÓN ESPECÍFICA DE CONSUMO PARA PERSONAL DEL AYUNTAMIENTO DE MADRID. AÑO 2023			
Título del curso	Ediciones	N.º de horas	N.º de alumnos/as
Consumo sostenible y comercio justo	1	21	40
Tú eres consumidor ¿Conoces tus derechos cuando compras un producto o te prestan un servicio?	2	30	60
Nuevo régimen sancionador en materia de consumo	2	24	40
Créditos al consumo	1	15	20
Competencias en reclamaciones de consumo.	1	15	20
Criptoactivos y la identidad digital	1	12	30
Inspección en materia de consumo, levantamiento de actas, toma de muestras y propuesta de inicio de expedientes sancionadores.	1	12	19
TOTALES	9	129	229

Las evaluaciones realizadas por los asistentes a estos cursos de formación reflejan una muy buena aceptación, obteniendo en todos los casos **una puntuación media superior a 4 sobre 5** en todas las acciones formativas.

Línea de acción III

Códigos de buenas prácticas para los sectores empresariales



Los Códigos de Buenas Prácticas de consumo (en adelante CBP) son documentos en los que, además de hacer una recopilación de la normativa aplicable al sector de actividad económica a la que va destinado cada código, se pretende ir un paso más allá, estableciendo una serie de compromisos adicionales que redunden en beneficio de los/as consumidores/as, pero que también suponen para las empresas un plus de calidad en sus relaciones comerciales.

Mediante esta línea de acción se busca el consenso con las distintas organizaciones empresariales del sector, con objeto de dar a conocer la normativa general y sectorial específica aplicable en materia de consumo, para potenciar el conocimiento de sus obligaciones por parte del sector empresarial y avanzar en un comercio de calidad que ofrece plena garantía a las personas consumidoras

Una vez desarrollado un CBP, se busca la adhesión voluntaria de los establecimientos comerciales, que una vez adheridos pueden exhibir el símbolo “Buenas Prácticas”, como garantía del compromiso adquirido con su clientela. Cada uno de estos CBP lleva asociado un protocolo de autocontrol específico del sector.

Cada año se van revisando códigos ya aprobados, procediendo a las actualizaciones correspondientes a la vista de los cambios normativos que se van produciendo, así como a la elaboración de nuevos códigos, en el caso de que haya nuevos sectores empresariales que así lo demanden, o adendas cuando las modificaciones legislativas así lo requieran, al tiempo que se promueve la adhesión individual de establecimientos a estos códigos.

Los Códigos de Buenas Prácticas en cifras en 2023:

- ✓ 19 códigos sectoriales aprobados.
- ✓ 1 código actualizado y editado: Hostales.
- ✓ 1 código y 1 catálogo actualizados: Restauración y Ocio Nocturno, pendiente de presentación y consenso con las asociaciones empresariales implicadas.
- ✓ 216 expedientes tramitados.
- ✓ 207 nuevas adhesiones.
- ✓ 1.989 empresas adheridas

➤ Revisión y actualización de Códigos de Buenas Prácticas aprobados

Dentro del programa de revisión y actualización de CBP existentes, que ha de mantenerse de forma ineludible ante los cambios normativos registrados, se han actualizado este año tres documentos:

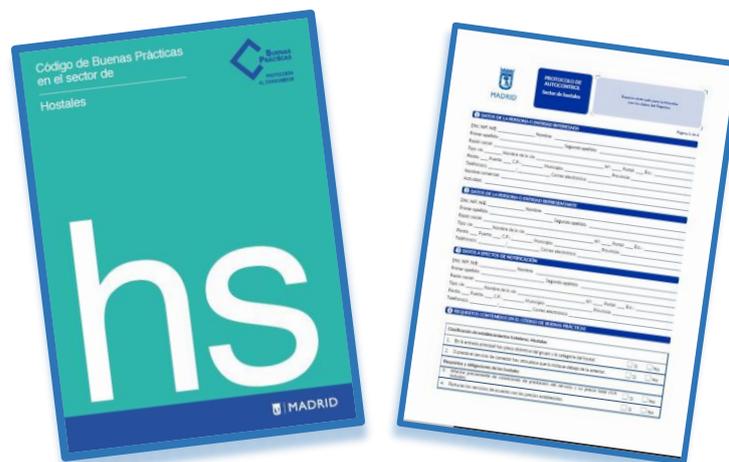
- CBP en el sector de Hostales.
- CBP en el sector de Restauración y Ocio Nocturno.
- Catálogo de Buenas Prácticas en el sector de Restauración y Ocio Nocturno.

Todo ello conforme a lo establecido en la Ordenanza de Consumo de la Ciudad de Madrid, de 30 de marzo de 2011, en virtud de la cual las revisiones han de llevarse a cabo transcurridos cuatro años desde la fecha de aprobación y siempre que se produzca alguna modificación normativa que afecte sustancialmente su contenido.

En 2023 cabe destacar **dos novedades importantes** dentro de este programa, con el objetivo de promover las adhesiones a los CBP:

- ➔ Se ha estrenado una **nueva línea de diseño editorial**, con el fin de que los documentos sean visualmente más atractivos, que se ha materializado a través de la edición del CBP en el sector de Hostales.

Tras la revisión y actualización del contenido del CBP de Hostales se ha procedido a la maquetación y edición del documento en versión digital, para su difusión a través de la web corporativa y también impresa (100 ejemplares), para su difusión a través de los empresarios del sector.



Como material de apoyo, de forma complementaria, se ha actualizado y normalizado el protocolo de autocontrol correspondiente al sector de hostales, figurando tanto en versión electrónica en la web municipal como impresa (100 ejemplares).

- ➔ Se ha iniciado una **nueva mecánica de trabajo respecto a la comunicación** de la actualización de los CBP a las asociaciones empresariales implicadas y la labor de consenso con las mismas, que se ha puesto en práctica con el CBP en el sector de Restauración y Ocio Nocturno. Con ello se pretende lograr una participación lo más amplia posible de las asociaciones representativas, de forma que puedan trasladar su problemática y observaciones, promoviendo a través de ellas las adhesiones al mismo.

Así, con fecha 13 de diciembre de 2023 fue comunicada la actualización y presentación del CBP en el sector de Restauración y Ocio Nocturno, mediante el envío de una carta desde la Dirección General de Comercio, Hostelería y Consumo, a las diez asociaciones empresariales que suscribieron inicialmente el convenio de colaboración en virtud del cual se elaboró la primera edición del CBP en 2015, así como a las asociaciones que integran el Consejo de Comercio y Hostelería de Madrid entre otras, además de CEIM y la Cámara Oficial de Comercio, Industria y Servicios de Madrid.

Una vez que sea consensuado con las asociaciones anteriormente citadas a lo largo de 2024, se ha previsto dar traslado del mismo a las asociaciones de consumidores que forman parte del Consejo Municipal de Consumo y a la Dirección General de Comercio, Consumo y Servicios de la Comunidad de Madrid.

➤ **Desarrollo del plan de comunicación e implantación de Códigos de Buenas Prácticas**

En el año 2023 se han realizado en el marco de este plan las siguientes actuaciones:

- ➔ Se ha dado continuidad a la labor de promoción y tramitación de las adhesiones a los CBP.

- ➔ Se ha realizado una campaña de actualización de los censos de empresas o profesionales adheridos a los Códigos de Buenas Prácticas y al Sistema Arbitral de Consumo publicados en el espacio de Consumo de la web del Ayuntamiento de Madrid (www.madrid.es/consumo), la cual será complementada en el siguiente ejercicio.
- ➔ Nuevo diseño del tríptico sobre Códigos de Buenas Prácticas como material de apoyo para el desarrollo de las campañas de sensibilización realizadas, habiéndose impreso 5.100 ejemplares.



➤ Número de establecimientos adheridos a Códigos de Buenas Prácticas

La adhesión a los CBP 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, entre los que figura la adhesión al Sistema Arbitral de Consumo para la resolución de los posibles conflictos surgidos entre empresas y personas consumidoras.

Durante el año 2023 se han tramitado un total de 216 expedientes de adhesión a CBP, que han dado lugar a **207 nuevas adhesiones**, 2 renovaciones, 1 requerimiento, 4 desistimientos y 2 desestimaciones.

La siguiente tabla hace referencia a la **distribución por sectores de las nuevas empresas que se han adherido a CBP en el ejercicio 2023**:

NUEVOS ADHERIDOS EN 2023. DISTRIBUCIÓN POR SECTORES		
Sector	N.º Adheridos	Porcentaje
Sector de Autoescuelas	2	0,97%
Sector de Aves, Huevos y Caza	12	5,80%
Sector de Detallistas de la Carne	69	33,33%
Sector de Restauración y Ocio Nocturno	21	10,14%
Sector de Talleres de Reparación de Automóviles	47	22,71%
Sector del Comercio de Calzado	8	3,86%
Sector del Comercio de Juguetes	3	1,45%
Sector del Comercio de Muebles	7	3,38%
Sector del Comercio de Textil	38	18,36%
TOTAL	207	100,00 %

El año 2023 se ha cerrado con **1.989** adheridos.

El número de empresas adheridas se ha incrementado un 11,6 % respecto a las existentes el año anterior.

A continuación se desglosa el **número total de empresas adheridas a finales de 2023 distribuidas por sectores:**

DISTRIBUCIÓN POR SECTORES		
Sector	N.º adheridos	Porcentaje
Sector del Comercio de Artículos de Deporte	23	1,16%
Sector de Autoescuelas	93	4,68%
Sector de Aves, huevos y caza	36	1,81%
Sector del Comercio de Calzado	172	8,65%
Sector de Cerrajería	13	0,65%
Sector de Detallistas de la carne	167	8,40%
Sector del Comercio de Droguería, Perfumería y Cosmética	54	2,71%
Sector de Electrodomésticos	38	1,91%
Sector de Estaciones de servicio	26	1,31%
Sector de Hostales	10	0,50%
Sector de Hoteles	23	1,16%
Sector del Comercio de Juguetes	41	2,06%
Sector de Mudanzas y guardamuebles	10	0,50%
Sector del Comercio de Muebles	31	1,56%
Sector de Reparación de electrodomésticos	110	5,53%
Sector de Restauración y Ocio Nocturno	293	14,73%
Sector de Talleres de Reparación de Automóviles	369	18,55%
Sector del Comercio Textil	406	20,41%
Sector de Tintorerías y lavanderías	74	3,72%
TOTAL	1989	100,00%

➤ Aplicación informática en Código de Buenas Prácticas

En marzo de 2023 se inició en el entorno de pruebas de SIGSA la gestión de los expedientes de adhesión a CBP, quedando a finales de dicho mes integrada de forma definitiva la tramitación de los expedientes de adhesión a CBP a través de SIGSA, lo que ha supuesto una mayor agilidad y mejora en la gestión de este procedimiento administrativo.

Línea de acción IV

Investigación y control del mercado

Esta línea de acción está encaminada a la realización de aquellas funciones que permitan que la ciudadanía pueda tener confianza en que los productos y servicios puestos a su disposición en el mercado respetan lo establecido en la normativa vigente en materia de protección de los derechos de las personas consumidoras.

A través de las actividades destinadas al control del mercado y de su estudio e investigación, los servicios de consumo municipales tienen como fin prevenir, detectar y corregir, en su caso, los posibles incumplimientos de lo establecido en la normativa general o específica de los diversos sectores económicos.

4.1. Programa de investigación

La actividad que desarrolla la **Oficina Municipal de Investigación de Consumo** tiene como fin el refuerzo de la protección de los derechos y legítimos intereses económicos y sociales de las personas consumidoras en sus relaciones de consumo. Parte de su actuación se dirige a la investigación de problemas que tienen afectación general o a colectivos determinados, para realizar propuestas de actuación o recomendaciones destinadas a las personas consumidoras.

La Oficina Municipal de Investigación de Consumo ha elaborado durante 2023 un informe con recomendaciones dirigidas a la protección de las personas consumidoras frente a presuntas estafas relacionadas con la evaluación técnica de edificios residenciales.

➤ **Actuaciones de la Oficina Municipal de Investigación de Consumo por denuncias o reclamaciones**

El Servicio de Inspección de Consumo, a través de la Oficina Municipal de Investigación de Consumo (OIC) ha registrado en 2023 la entrada de un total de 353 expedientes remitidos por el Servicio de Información al Consumidor, las unidades de consumo de los distritos y la Administración del Estado o la Comunidad de Madrid (Dirección General de Comercio, Consumo y Servicios), al apreciarse en ellas alguna irregularidad que requiere la realización de actuaciones inspectoras en aplicación de las normativas de consumo, comercio o espectáculos públicos y actividades recreativas.

Tras completar las actuaciones inspectoras requeridas, la tramitación de estos expedientes ha concluido con:

- Elaboración de informes motivados cuando se ha apreciado que la empresa había incurrido en alguna infracción de la normativa de consumo y que han dado lugar al ejercicio de potestad sancionadora en caso de disponer de prueba acreditativa.
- Elaboración de informes motivados en los que se ha apreciado similar responsabilidad administrativa, pero en los que el Ayuntamiento de Madrid se ha visto obligado a inhibir actuaciones y dar traslado de los respectivos expedientes a la Dirección General de Comercio, Consumo y Servicios de la Comunidad de Madrid, al tratarse de empresas no domiciliadas en la ciudad de Madrid.

- ➔ Denuncia a la Agencia Española de Protección de Datos en relación con el envío de comunicaciones comerciales con finalidades extracontractuales sin ofrecer al consumidor la posibilidad de oponerse expresamente.
- ➔ Denuncia a la autoridad estatal de supervisión de los servicios de sociedad de la información de presuntos incumplimientos de la Ley 34/2002, de 11 de julio, de servicios de la sociedad de la información y de comercio electrónico detectados en determinadas páginas web.
- ➔ Denuncia a la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia de presuntas prácticas desleales de carácter engañoso hacia los consumidores realizadas por determinadas empresas de servicios energéticos.
- ➔ Traslado de reclamaciones o denuncias de personas consumidoras a los órganos considerados competentes, en particular la Dirección General de Turismo de la Comunidad de Madrid.

La actuación inspectora realizada durante 2023 por la Oficina Municipal de Investigación ha permitido identificar responsabilidad administrativa por presuntos incumplimientos de la normativa de protección de consumidores, principalmente en los siguientes sectores: servicios a domicilio, comercialización de energía eléctrica y gas, comercio electrónico, telecomunicaciones y espectáculos públicos o actividades recreativas, sector este último en el que las denuncias y reclamaciones derivaban de incidencias surgidas tras la cancelación anunciada por el organizador o de limitaciones en el acceso de titulares de entradas.

Las actuaciones de control e inspección derivadas de la tramitación de denuncias y reclamaciones alcanzan tanto a personas jurídicas como a personas empresarias individuales que comercializan bienes y servicios destinados a personas consumidoras. Ahora bien, puesto que dichos empresarios autónomos no están legalmente obligados a relacionarse con las Administraciones Públicas a través de medios electrónicos, a lo largo de 2023 se ha implementado en la inspección realizada por la OIC la vía de inserción en el Tablón Edictal Único (TEU) de los anuncios de requerimientos cuya notificación por vía postal había resultado inviable respecto de destinatarios que tampoco habían autorizado expresamente ser notificados por vía electrónica.

Al igual que en ejercicios anteriores, resulta significativo que si bien la inspección ha tratado de aclarar si las empresas inspeccionadas habían realizado determinadas prácticas desleales hacia las personas consumidoras, la responsabilidad finalmente acreditada en ciertos casos no deriva de la efectiva comisión de aquellas sino del hecho de no haber dado respuesta al requerimiento recibido o de que, en su contestación, no aportan la información o documentación requerida en cada caso. En el último trimestre del ejercicio se han implementado dos medidas en el ejercicio de las actuaciones inspectoras:

- ➔ Por un lado, la tramitación de un segundo requerimiento en caso de que la inspeccionada haya desatendido el primero recibido, de modo que la imputación de responsabilidad administrativa por obstrucción a la inspección ha pasado a realizarse frente a la falta de respuesta a dos requerimientos.
- ➔ Por otro, el requerimiento de eliminación de cláusulas no ajustadas a derecho identificadas por la inspección en los condicionados generales de venta o de prestación de servicios. Frente a la exigencia directa de responsabilidad administrativa por la inclusión de cláusulas abusivas, se viene ofreciendo a los predisponentes inspeccionados la oportunidad de subsanar los elementos de abusividad detectados.

Desde la Dirección General se dio traslado a la Gerencia de la Agencia de Actividades de determinadas reclamaciones y denuncias presentadas por personas consumidoras en relación con tres eventos multitudinarios en los cuales los afectados han manifestado ante la Administración de consumo, entre otras incidencias, el peligro físico que sufrieron cuando trataron de acceder al macroespectáculo o actividad recreativa para el que habían adquirido entrada.

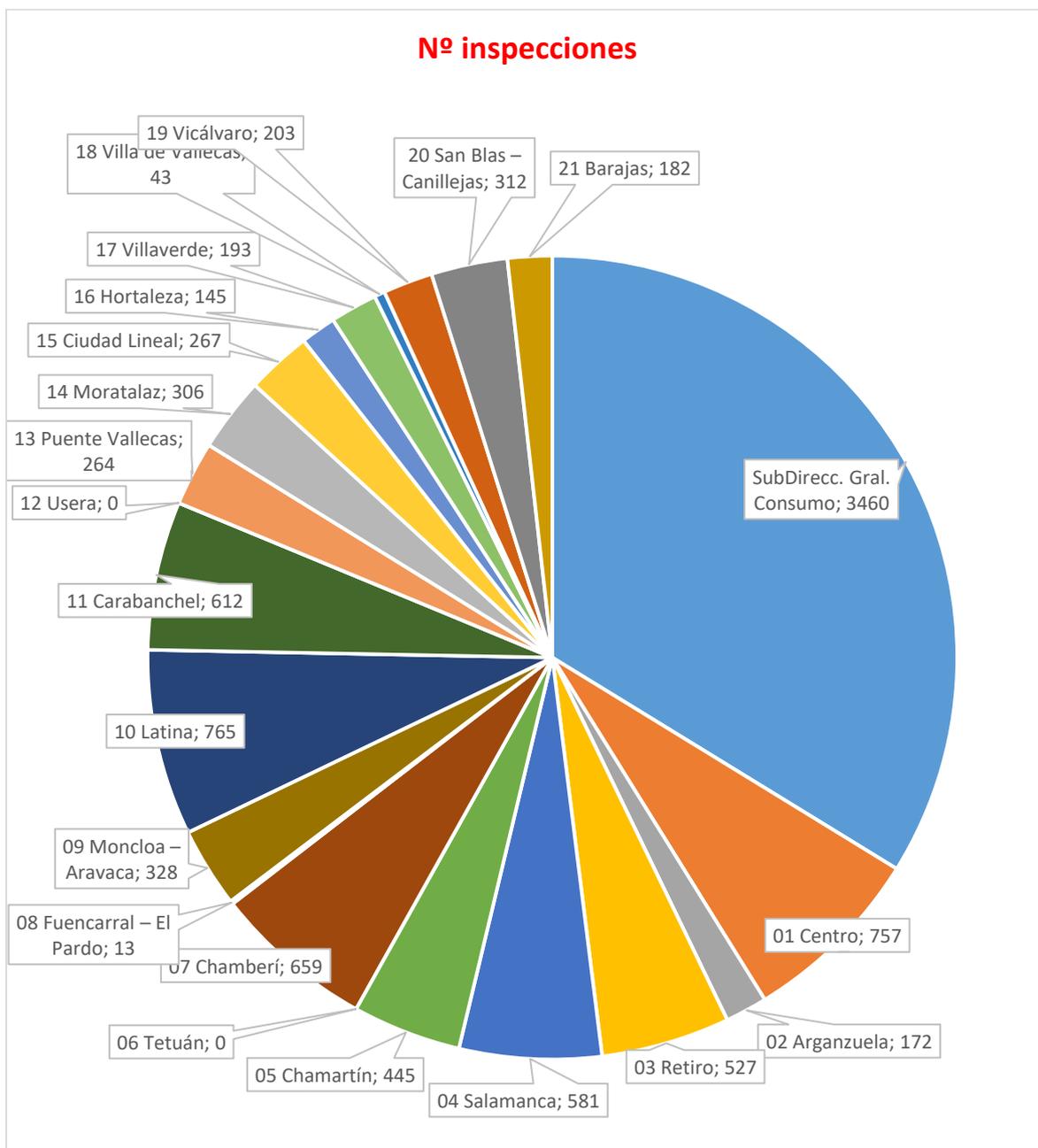
4.2. Actividades de inspección

La actividad inspectora realizada por el Ayuntamiento de Madrid está enfocada a la detección de los posibles incumplimientos por parte de los establecimientos comerciales y prestadores de servicios, informándoles la inspección de consumo de las infracciones detectadas a fin de que sean corregidas y cumplan con la normativa reguladora de la actividad que desarrollan.

Para la consecución de estos objetivos se realizan campañas de control, se dirigen actuaciones comprobatorias respecto a las denuncias y reclamaciones interpuestas por las personas consumidoras, se coordinan y actúa en materia de seguridad de los productos y se toman muestras de productos enviándose al laboratorio correspondiente para que dictamine sobre su adecuación a la normativa de aplicación.

➤ Datos globales del número de inspecciones y productos controlados en 2023 por distrito y por el Servicio de Inspección de Consumo

	Nº INSPECCIONES	Nº PRODUCTOS CONTROLADOS
SERVICIO DE INSPECCIÓN DE CONSUMO	3460	5577
01 CENTRO	757	973
02 ARGANZUELA	172	--
03 RETIRO	527	122
04 SALAMANCA	581	360
05 CHAMARTÍN	445	590
06 TETUÁN	--	--
07 CHAMBERÍ	659	90
08 FUENCARRAL – EL PARDO	13	35
09 MONCLOA – ARAVACA	328	133
10 LATINA	765	864
11 CARABANCHEL	612	1.238
12 USERA	--	--
13 PUENTE VALLECAS	264	18
14 MORATALAZ	306	342
15 CIUDAD LINEAL	267	251
16 HORTALEZA	145	90
17 VILLVERDE	193	321
18 VILLA DE VALLECAS	43	32
19 VICÁLVARO	203	3
20 SAN BLAS – CANILLEJAS	312	213
21 BARAJAS	182	276
TOTAL	10.234	11.528



Si esos datos globales los desglosamos en función de las campañas de inspección efectuadas, los datos que se obtienen son los siguientes

DATOS POR CAMPAÑA DE INSPECCIÓN. AÑO 2023			
Campañas	Inspecciones realizadas	Productos controlados	N.º de Actas
REALIZADAS POR SERVICIO DE INSPECCIÓN DE CONSUMO + DISTRITOS MUNICIPALES			
Campañas:			
Toma de muestras	76	76	76
Seguridad de los productos (Red de Alerta)	2.151	0	450
Bazares (Productos eléctricos y juguetes)	303	934	115
Control general de establecimientos	2.781	5.480	1.079
Promoción de ventas	1.264	0	N/A
Venta por Internet	246	0	123
SUBTOTAL	6.821	6.490	1.843
REALIZADAS POR SERVICIO DE INSPECCIÓN DE CONSUMO			
Campañas:			
Venta y Reparación de Bicicletas	55	278	16
Muebles	422	2.853	160
Artículos de Ferretería	191	929	66
SUBTOTAL	668	4.060	242
REALIZADAS POR DISTRITOS MUNICIPALES			
Campañas:			
Control general de venta ambulante y mercadillos	658	978	167
Inmobiliarias	37	0	34
Autoescuelas	300	0	90
Control de consumo en establecimientos de alimentación	1.661	0	731
SUBTOTAL	2.656	978	1.022
TOTAL, CAMPAÑAS	10.145	11.528	3.107
OTRAS ACTUACIONES			
Actuaciones de oficio y no programadas	89	0	27
TOTAL, OTRAS ACTUACIONES	89	0	27

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

En síntesis, la **inspección de consumo en cifras en 2023** se corresponde con lo siguiente:

- ✓ N.º campañas de inspección - 13
- ✓ N.º inspecciones en campaña – 10.145
- ✓ N.º de actuaciones fuera de campaña - 89
- ✓ Total, inspecciones en campaña y fuera de campaña – 10.234
- ✓ N.º productos controlados – 11.528
- ✓ N.º de actas levantadas en total en actuaciones de campaña y fuera de campaña – 3.134

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

El sistema de Red de Alerta se pone en marcha 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 las personas consumidoras.

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.

En la siguiente tabla se resumen las actuaciones realizadas en este ámbito durante el año 2023:

Actuaciones Red de Alerta. Año 2023	
Actuaciones totales	2.151
Actas levantadas	450
Número de artículos retirados	2.123
Número de alertas controladas	672
Número de alertas actuadas	521
Número de alertas localizadas	195

4.3. Actuaciones sancionadoras y medidas preventivas

En las actas que levanta el personal inspector en materia de consumo 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 Servicio de Inspección de Consumo en el año 2023 ha sido de 106 y la cuantía de las multas impuestas ascendió a 516.740 euros.**

Así mismo se resolvieron **9 recursos potestativos de reposición** ante sanciones impuestas, siendo desestimados el 100% de ellos. En lo referente a las demandas interpuestas por las mercantiles sancionadas, los juzgados de lo contencioso-administrativo dieron la razón en sus sentencias a favor del Ayuntamiento de Madrid, indicando que las sanciones eran ajustadas a derecho en el 100% de los casos.

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 las personas consumidoras por parte de los diferentes sectores económicos que operan en nuestra ciudad.

Con este fin, el Servicio de Inspección de Consumo ha mantenido **reuniones técnicas**, en materia de inspección y control del mercado con asociaciones empresariales, entidades y organismos públicos.

Convenio de colaboración sobre control de la publicidad

Este convenio de colaboración, que se suscribió en el año 2017 entre el Ayuntamiento de Madrid y la Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial (AUTOCONTROL), establece un marco de colaboración que permite complementar la información necesaria para las actividades de investigación y control de la publicidad engañosa, en lo que afecta a los derechos de las personas consumidoras.

A escala europea se promueve la implantación de sistemas de autorregulación como vía complementaria de la administrativa y teniendo en cuenta que desde 1996, la Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial –AUTOCONTROL–, es la que se encarga de gestionar el sistema de autorregulación publicitaria en España, se conviene la mutua colaboración para llevar a cabo un eficaz control de la publicidad en la ciudad de Madrid. Dado el interés de mantener esta colaboración por ambas partes, el 2 de septiembre de 2019 se formalizó la adenda de prórroga de este convenio.

En el año 2023, AUTOCONTROL ha informado a nuestros servicios sobre diversa publicidad que no es correcta y ha sido emitida por empresas reclamadas, que han rechazado su participación en el procedimiento y su sometimiento al Jurado de Autocontrol. Estudiada la publicidad, se ha actuado cuando ha sido procedente, inspeccionado y sancionando, en su caso, y también inhibiendo a otros organismos cuando por razón del territorio o de la materia eran ellos los competentes o bien archivando el asunto en caso de no existir infracción en materia de consumo.

Línea de acción V

Divulgación y comunicación sobre consumo

La divulgación general en materia de consumo es otra de las grandes líneas de actuación desplegadas por la Dirección General de Comercio, Hostelería y Consumo en ejercicio de sus competencias en materia de consumo. Se lleva a cabo a través de distintas vías que van desde la información directa en zonas comerciales, con la distribución de material divulgativo impreso, a los medios de difusión digitales a través de los contenidos de consumo de la página web corporativa o en las redes sociales de la Dirección General de Comercio, Hostelería y Consumo.

En 2023, se ha llevado a cabo la impresión de algunas guías y folletos, así como la elaboración de adendas de actualización, cuando ha sido necesario, para incorporar cambios recientes en la normativa general o sectorial sobre consumo, aunque, en líneas generales, continua la evolución hacia una mayor proporción de contenidos digitales, particularmente en formato video. Si bien el año anterior los videos estuvieron destinados a la educación financiera, en éste, el objetivo ha sido fundamentalmente la producción de nuevos materiales sobre diversas temáticas de consumo y sobre la difusión de los servicios que presta el Ayuntamiento de Madrid a las personas consumidoras.

Ha cobrado especial importancia la divulgación efectuada a través de la página web corporativa: www.madrid.es/consumo, en la que se han publicado numerosos contenidos promocionales para difundir y destacar novedades legislativas o de actualidad, a través de documentos temporales específicos y de los espacios de información sectorial. Adicionalmente, se han realizado numerosas actualizaciones de otros contenidos web de interés para el sector empresarial como protocolos y resultados de campañas de inspección y códigos de buenas prácticas sectoriales.

Ampliar y mantener actualizada la página web propia del Área de Gobierno de Economía, Innovación y Hacienda www.economia.madrid.es, ha sido otra de las tareas de continuidad, estableciendo los enlaces adecuados para mantener la información en ella reflejada. Toda esta labor se complementa con las publicaciones en las redes sociales propias: X (antiguo Twitter), Instagram, YouTube y Facebook

A lo largo de todo el año se han ido exhibiendo distintas campañas informativas en mobiliario urbano y otros soportes, con objeto de dar a conocer novedades importantes en materia de consumo, promover el consumo sostenible y el Comercio Justo o facilitar información sobre los servicios que se prestan a las personas consumidoras, cuestiones que han ido acompañadas con la realización de eventos de consumo, notas de prensa y publicaciones en el blog municipal.

5.1. Campañas de información directa



Mediante estas campañas de comunicación directa, se acerca la información sobre consumo a los lugares donde las personas consumidoras realizan sus compras, para promover un mejor conocimiento de sus derechos y el ejercicio de un consumo responsable e informado.

Se ponen en práctica **en colaboración con asociaciones de consumidores** integradas en el Consejo Municipal de Consumo y se instrumentan a través de los nuevos convenios bilaterales para el desarrollo de programas de información en espacio público. En 2023 se ha mantenido la vigencia de estos seis convenios entre el Ayuntamiento de Madrid y otras tantas asociaciones de consumidores, que han posibilitado la ejecución de los **dos programas** que se describen a continuación.

a) Programa de información en ejes comerciales.

Este programa consiste en la instalación de puntos informativos en determinados ejes comerciales de la ciudad de Madrid, en los que se atienden consultas de las personas que lo solicitan y se reparten folletos y guías editados por la DGCHyC sobre temáticas seleccionadas, de interés en materia de consumo.

En 2023, se instalaron **6 puntos informativos**, cada uno de ellos atendidos por una asociación de las firmantes de los convenios, situados en ejes comerciales de los distritos de Centro, Retiro, Salamanca y Tetuán, junto a otros puntos situados en 2 mercados municipales de los barrios de San Diego (Puente de Vallecas) y Barrio de la Concepción (Ciudad Lineal).

En total, este programa comporta **4 días por asociación**, uno coincidiendo con el Día Mundial de los Derechos del Consumidor, 15 de marzo, y los otros tres, en los meses de junio y julio, durante el periodo más frecuente de rebajas.

Con todo ello, se han dedicado a la ejecución de este programa un total de 20 horas de información sobre consumo en ejes comerciales por asociación, es decir, **120 horas en el conjunto del programa**.

b) Programa de información en mercadillos.

Dentro de este marco de colaboración con las asociaciones de consumidores, en 2023 se instalaron puntos informativos en **12 mercadillos municipales, repartidos por 10 distritos**, con el objetivo de ofrecer información básica sobre consumo a los asistentes.

RELACIÓN DE MERCADILLOS EN LOS QUE SE DESARROLLÓ EL PROGRAMA EN 2023	
Distrito	Mercadillo
Centro	Parque de la Cornisa
Fuencarral-El Pardo	Santa Ana
Puente de Vallecas	Fontarrón
	Aragoneses
Ciudad Lineal	Santa Genoveva
	Gandhi
Hortaleza	Alcorisa-C/ San Silvano
Carabanchel	De las cruces
Villa de Vallecas	Sierra Gorda
Vicálvaro	San Cipriano
San Blas-Canillejas	Arcos del Jalón
Villaverde	Ciudad de los Ángeles

Cada una de las seis asociaciones de consumidores participantes ha asumido las tareas de información en 2 de los mercadillos que se indican en la tabla anterior, dedicando 4 jornadas informativas de 5 horas de duración por mercadillo. De este modo, el número de horas totales de información facilitadas a los consumidores a través de este programa fue de 40 horas por asociación, lo que supone un total de **240 horas en el conjunto del programa**.

5.2. Elaboración de material divulgativo

➤ Guías, folletos, recomendaciones

La edición digital o en forma impresa de este tipo de materiales es fundamental para la divulgación en materia de consumo y sirve como elemento informativo para los/as ciudadanos/as que acuden a las oficinas de la OMIC, así como de como apoyo a los programas de información en espacio público o para los puntos informativos que se instalan en centros de mayores y en algunos eventos o actos públicos.

Cada año se va seleccionando entre las publicaciones un conjunto de materiales divulgativos que precisan actualización en función de los cambios normativos producidos y en previsión de la distribución que vaya a hacerse en formato impreso. En el año 2023 ha sido necesario sustituir la guía “**Los Mayores y el Consumo**” para incorporar el contenido de la adenda incluida durante 2022 en lo referido al Bono Social de electricidad. De esta guía se han imprimido para su distribución 15.000 ejemplares.



En cuanto a los contenidos, con formato propio del tipo “avisos y recomendaciones” y debido a los sucesivos cambios en la regulación del sector eléctrico se han efectuado las actualizaciones correspondientes del denominado “Estrategias para ahorrar en la factura de la electricidad”.

➤ Videos divulgativos



Durante el año 2022 se inició una campaña de divulgación y comunicación elaborando videos de corta duración, a modo de **píldoras informativas con información general o sectorial de consumo**, así como sobre los servicios que el Ayuntamiento de Madrid presta a la ciudadanía en este ámbito. Forman parte de todo un conjunto que se ha ampliado en el ejercicio 2023. El listado de las temáticas elaboradas se indica en la tabla siguiente. Se ha efectuado su presentación difusión y publicación paulatina a través de la página web corporativa www.madrid.es/consumo y también en la específica del Área de Gobierno, además de en las redes sociales de la Dirección General de Comercio, Hostelería y Consumo.

NUEVOS VIDEOS DIVULGATIVOS ELABORADOS EN 2023	
Comercio Justo	Compra de productos
Madrid, ciudad por el Comercio Justo	Día de los derechos del consumidor
Mediación	Servicios a domicilio
Viajes combinados	Consumidores vulnerables
Educación financiera: tarjetas bancarias	Viajes en bus
Educación financiera: créditos rápidos	Viajes en avión
Educación financiera: seguros	Viajes en tren
Educación financiera: planes de pensiones	Seguros de viaje
Vivienda. Compra venta	Mudanzas
Vivienda. Alquiler	

➤ Carteles para campañas en mobiliario urbano



Para la **promoción del Comercio Justo** se realizaron dos campañas en 2023. La primera de ellas, con ocasión de la celebración del Día Mundial de Comercio Justo se llevó a cabo del 20 de marzo al 2 de abril. La celebración del Día Mundial de Comercio Justo, que tiene lugar el segundo sábado de mayo, se adelantó en 2023 para evitar que coincidiera con la campaña electoral a causa de las elecciones autonómicas y municipales.

En esta primera campaña se expusieron 220 carteles en marquesinas de autobuses con el lema “Cómpranos y ayuda a mantener el equilibrio”, según el diseño efectuado el año anterior.

Con este mismo lema, para conmemorar el “mes *Fairtrade*”, se exhibió de nuevo la campaña en dos circuitos de marquesinas de autobuses, del 23 al 29 de octubre, con la producción de nuevos carteles.

Por su parte, la **campaña del Día Mundial de los derechos del Consumidor en 2023** se centró en la conmemoración del 40 aniversario de la OMIC.

Se exhibió en marquesinas y banderolas del 6 al 19 de marzo y del 9 al 22 de octubre, coincidiendo con la fecha del 40 aniversario. Los 110 carteles impresos bajo el lema “40 años protegiendo tus derechos”, daban visibilidad a la misión principal de la OMIC de proteger y defender los derechos en materia de consumo de la ciudadanía madrileña, mediante la información y orientación a las personas consumidoras; la tramitación de aquellas reclamaciones y denuncias que se presenten en materia de consumo, además de la mediación entre personas consumidoras y empresas.

Del mismo modo, con motivo de dicha celebración, fue realizada en 2023 una campaña en mobiliario urbano (20 de febrero al 5 de marzo) para la difusión del Sistema Arbitral de Consumo, con el lema “Madrid resuelve”, para lo cual se imprimieron 110 carteles.

➤ Códigos de Buenas Prácticas y material de apoyo

Durante 2023 se imprimió el CBP que ha sido objeto de revisión y actualización normativa correspondiente al sector de hostales (100 ejemplares). Asimismo, se imprimieron los protocolos de autocontrol para el sector cuyo CBP fue objeto de revisión durante 2023 (100 ejemplares).

Además, se ha actualizado el diseño del tríptico de los Códigos de buenas Prácticas del cual se han impreso 5.100 ejemplares.



RELACIÓN DE MATERIALES DIVULGATIVOS 2023		
Material	Tipo	Acción
Guía Las personas mayores y el consumo	Guía	Digital y edición de nuevos ejemplares impresos
Estrategias para ahorrar en la factura de la electricidad	Avisos y recomendaciones	Digital (actualización)
19 videos divulgativos sobre consumo	video	Digital (elaboración)
Cartel campaña difusión de los 40 años de existencia de la OMIC (1ª campaña)	Cartel y banderolas	Diseño, impresión y exhibición
Cartel campaña difusión de los 40 años de existencia de la OMIC (2ª campaña)	Cartel y banderolas	Diseño, impresión y exhibición
Cartel campaña Día Mundial del Comercio Justo	Cartel	Impresión y exhibición
Cartel campaña de Comercio Justo mes <i>Fairtrade</i>	Cartel	Impresión y exhibición
Cartel Campaña Sistema Arbitral de Consumo	Cartel	Impresión y exhibición
Tríptico sobre Comercio Justo	Tríptico	Diseño e impresión
Tríptico sobre Códigos de Buenas Prácticas	Tríptico	Diseño e impresión
Tríptico sobre el Sistema Arbitral de Consumo	Tríptico	Diseño e impresión
Código de Buenas Prácticas sector hostales	Código	Actualización (digital/impreso)
Código de Buenas Prácticas sector restauración y ocio nocturno	Código	Inicio de la actualización
Protocolos de autocontrol de Códigos de Buenas Prácticas (1 sector)	Formularios	Impreso

5.3. Actualización del contenido del espacio Web corporativo sobre consumo

Los contenidos de consumo dentro de la página web corporativa se encuentran dentro del área temática de Actividad Económica y Hacienda, contando además con una dirección amigable que permite acceso directo www.madrid.es/consumo y otra que remite a los contenidos específicos sobre Comercio Justo: www.madrid.es/comerciojusto.

La actualización de estos espacios constituye una actividad continuada que afecta tanto a los especiales informativos de la OMIC, como los dedicados a las empresas adheridas al SAC y a CBP; igualmente afecta a la información de interés para el sector empresarial como los protocolos de las campañas de inspección y sus evaluaciones, publicaciones, noticias, etc.

En lo que se refiere a los contenidos relativos a la información a las personas consumidoras, de manera continuada se han introducido actualizaciones sobre los espacios de información sectorial, siendo los que han sido objeto de mayor y más frecuente modificación los dedicados a gas y electricidad.

Se han incorporado en la web varios promocionales sobre las actualizaciones normativas sobre suministros energéticos, en particular, en lo referido a la prórroga tanto de los supuestos como de los descuentos del bono social de electricidad, las reducciones de impuestos en las facturas, la finalización de la aplicación del mecanismo de ajuste (tope del gas) para reducir el coste de la energía eléctrica, las actualizaciones de tarifas, así como la prórroga de la nueva TUR para comunidades de vecinos con calefacción central. Toda esta información también se ha reflejado a través en el portal *MadridEsEconomía*. Por otra parte, se ha incluido toda la información relativa a la Carta de Servicios de la OMIC.

En total, este proceso ha comportado 205 actualizaciones de la página web solo en lo que respecta a la OMIC, siendo este un indicador de dicha Carta de Servicios.

En el espacio dedicado a Arbitraje de Consumo se ha procedido a actualizar el listado de empresas adheridas al SAC y se ha elaborado un promocional para comunicar la campaña de actualización de censos que se ha realizado durante este año. También se han subido a la sede electrónica los tres formularios elaborados relativos a la Solicitud de acreditación de árbitros/actualización de datos; Propuesta de árbitros por la asociaciones y Contestación del reclamado no adherido al Sistema Arbitral de Consumo.

En el espacio dedicado a CBP se ha dado continuidad a la labor de actualización del listado de empresas adheridas a los mismos (19 sectores), se ha publicado un promocional para comunicar la campaña de actualización de censos desarrollada durante este año, así como el código sectorial actualizado en este ejercicio (sector Hostales) y el correspondiente protocolo de autocontrol.

Del mismo modo en el espacio dedicado a Comercio Justo se han actualizado diversos contenidos, así se han incorporado las actividades desarrolladas durante el 2023 (Tertulia sobre Comercio Justo y Equidad de Género y Día Mundial de Comercio Justo) y se ha realizado la actualización de los listados de establecimientos que ofrecen este tipo de productos a la ciudadanía: comercios minoristas (614) y de hostelería (224).

En la información destinada a empresarios, se han incluido los protocolos de las todas las campañas de inspección programadas para el año 2023, así como los resultados de las evaluaciones de las efectuadas en el ejercicio inmediatamente anterior.

➤ Promocionales en web.

Otro medio de divulgación que se ha utilizado ampliamente son los promocionales publicados como contenidos destacados en la página principal de consumo dentro de la web corporativa, en los que se trata de hacer llegar al público objetivo recomendaciones destacadas sobre temas de actualidad, modificaciones normativas, materiales divulgativos y noticias en fechas o eventos señalados. En 2023 se han publicado hasta 9 promocionales, algunos de ellos constituidos a su vez de varios contenidos y que han sufrido las actualizaciones necesarias a lo largo del año.

CONTENIDOS PROMOCIONALES DESTACADOS EN WEB 2023	
Sesiones formativas en colaboración con el Colegio Notarial de Madrid	Campaña de actualización de censos de establecimientos adheridos al Sistema Arbitral de Consumo y a los Códigos de Buenas Prácticas.
Nuevas medidas energéticas en suministros y transparencia (2 actualizaciones)	Actividades del Día Mundial del Comercio Justo
Día Mundial de los derechos del consumidor	Tertulia sobre Comercio Justo y Equidad de Género
Actualización del promocional nuevos folletos de consumo	En Navidad: Consume con valores
Día Mundial del Comercio Justo 2023	

➤ Página web corporativa “madrideseconomia”



Durante el ejercicio 2023 se ha mantenido una actividad constante de actualización de los contenidos de esta página, en particular sobre el espacio dedicado a “Actualidad en consumo”, en el que se han ido publicando todos los promocionales anteriormente indicados. Los eventos y publicaciones más destacadas se han incorporado en las fechas convenientes como “banner” en la página de inicio.

Adicionalmente los restantes apartados referidos a: información a las personas consumidoras, información para empresas, inspección de consumo, arbitraje de consumo, Comercio Justo y divulgación se han actualizado automáticamente a través de los enlaces existentes con los contenidos de consumo de la página web corporativa del Ayuntamiento de Madrid.

5.4. Redes sociales de la Dirección General de Comercio, Hostelería y Consumo en materia de consumo

Las redes propias en X (antiguo Twitter), Instagram, Facebook y YouTube (#consumomadrid) son un medio rápido y eficaz para desarrollar las competencias de protección de los derechos de las personas consumidoras por su valor divulgativo. En ellas se van incluyendo publicaciones diarias sobre información general o sectorial en materia de consumo, así como novedades legislativas y noticias de interés, procurando dar una difusión rápida a aquellos contenidos más destacados con el objetivo de hacer posible alcanzar un público objetivo cada vez más amplio.

a) Instagram.



En esta red se han realizado 225 publicaciones durante el ejercicio 2023.

b) Twitter.



En Twitter se han realizado, durante 2023, un total de 674 publicaciones, lo que supone superar en 114 a las del año anterior.

c) Facebook.



Durante el primer año de existencia de la cuenta de Facebook (<https://facebook/consumomad>), se han llevado a cabo un total de 164 publicaciones.

d) YouTube.



Igualmente, durante el primer año de la cuenta de YouTube (@consumomadrid1983), se han realizado un total de 30 publicaciones.

5.5. Campañas, actos y eventos de comunicación sobre consumo

➤ Campañas

En el ejercicio 2023 se han realizado las siguientes campañas de comunicación:

a) Nuevas medidas en suministro energético, bono social y transparencia (web y redes sociales)

Esta campaña, con contenidos fundamentalmente sobre los suministros de gas y electricidad, que tiene por objeto difundir medidas de protección a consumidores vulnerables, se ha mantenido durante todo el año a través de la web y las redes sociales para dar respuesta a los diversos cambios normativos que se han producido a través de diversos decretos-ley de medidas urgentes. Ha sido objeto de distintas revisiones a lo largo del año con objeto de dar una información permanentemente actualizada de la situación.

b) Conmemoración de los 40 años de la Oficina Municipal de Información al Consumidor (OMIC).

La campaña, con el lema *“40 años protegiendo tus derechos”*, estuvo dedicada a la celebración de los 40 años de existencia de la OMIC. Para esta campaña se desarrolló una creatividad específica y su difusión fue realizada del 6 al 19 de marzo, coincidiendo con la semana del Día Mundial de los Derechos del Consumidor, y del 9 al 22 de octubre, coincidiendo con la fecha de inauguración de la OMIC. Incluyó cartelería en marquesinas de autobuses, la exhibición de banderolas en algunas de las calles principales de la ciudad, animaciones para MUPIs digitales, suministro de material de *merchandising*, además de piezas para web y redes sociales.

c) Día Mundial del Comercio Justo

Con motivo de esta conmemoración, del 20 de marzo al 2 de abril, se exhibieron carteles en 2 circuitos de marquesinas de autobuses con el lema *“Cómpranos y ayuda a mantener el equilibrio”*. De forma simultánea, se promocionó a través de la web y de publicación de un grupo de contenidos en redes sociales.

d) Jornadas de asesoramiento notarial.



Nota Informativa

CICLO DE ASESORAMIENTO NOTARIAL 2023 AYUNTAMIENTO DE MADRID • COLEGIO NOTARIAL DE MADRID

MIÉRCOLES, 18 DE ENERO. Alfonso Madríguez y Manuel Lora-Tamayo

Instrumentos jurídicos para preservar la autonomía en la discapacidad

Ejercicio de sus derechos y medidas de apoyo de las personas con discapacidad: ¿qué pueden hacer?, ¿pueden tener bienes a su nombre?, ¿qué documentos pueden firmar?, ¿solos o con ayuda?, b) Prevención de la propia discapacidad: poderes preventivos y autocuratela ¿Qué pasará si me encuentro en situación de discapacidad?, ¿Quién se encargará de mí?, ¿Quién administrará mi patrimonio; c) Protección a las personas con discapacidad: ¿Qué puedo hacer si tengo un hijo con discapacidad?, ¿Cómo puedo protegerle y evitar abusos?, ¿Qué ocurrirá cuando yo no esté?

MIÉRCOLES, 15 DE FEBRERO. Mercedes Pérez-Hereza

Instrumentos jurídicos para preservar la seguridad patrimonial en la vejez

Fórmulas complementarias de planificación en el ámbito patrimonial: a) La renta vitalicia. Qué es. Tributación; b) El contrato de cesión de bienes a cambio de alimentos. Derechos y deberes. En qué consiste. Tributación. Consecuencias en caso de incumplimiento de la obligación de prestar alimentos por parte del cesionario; c) Hipoteca Inversa. En qué consiste. Posibilidad de constituir sobre la vivienda habitual o sobre otros bienes. Consecuencias fiscales; d) Venta de la nuda propiedad con reserva del usufructo vitalicio. Tributación; e) Posición de los herederos (legitimarios o no) en caso de celebración de estos contratos por el causante.

MIÉRCOLES, 15 DE MARZO. Fernando Gomá

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

La importancia de otorgar testamento; b) El contenido del testamento: consejos prácticos sobre diversas cláusulas y disposiciones, teniendo en cuenta la situación de la persona que haga testamento (con hijos, sin hijos, buena o mala relación con el otro progenitor, casos de desheredación, posibilidad de reparto desigual, albaceas, administradores, etc.); c) Disposiciones especiales a favor de las personas con discapacidad; d) Cómo saber si una persona ha hecho testamento, y pasos para obtener una copia del mismo; e) Qué ocurre si una persona fallece sin testamento, trámites que hay que realizar; f) Cuando es conveniente renunciar a una herencia.

MIÉRCOLES, 19 DE ABRIL. Pedro Armas

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

¿Qué debe saber antes de comprar una vivienda?: cargas de la vivienda y reparto del pago de los gastos de compraventa; b) Compraventa: ¿contrato privado o escritura pública?; c) ¿Qué son las arras?; d) Contratar un préstamo hipotecario ¿cómo puede ayudarle el notario?; e) Fase precontractual y Fase contractual del préstamo: la importancia del acta de transparencia; f) Gastos derivados de la contratación del préstamo g) Fiscalidad de las operaciones de compraventa.

MIÉRCOLES, 17 DE MAYO. Concepción Pilar Barrio del Olmo

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

¿Qué supuso para los ciudadanos la Ley de la Jurisdicción Voluntaria? Y ¿qué supuso para los notarios?; b) En caso de existir algún conflicto que pueda ser objeto de un expediente de Jurisdicción Voluntaria ¿es obligatorio acudir al notario?; c) Si el ciudadano elige que el procedimiento de Jurisdicción Voluntaria se tramite ante notario ¿puede elegir a cualquier notario de España?; d) ¿Qué procedimientos de Jurisdicción Voluntaria se pueden tramitar ante notario?; ¿Cuáles son los más relevantes y cuáles los más utilizados?

2

Tal y como se ha expuesto en el apartado 2.2, en el ejercicio de la competencia de desarrollo de programas y actuaciones singulares de información y formación en materia de consumo dirigidas a las personas consumidoras y, en el marco de otras actuaciones destinadas a mejorar el conocimiento de estas en materia de educación financiera y de gestión de la economía personal y familiar que se han venido impulsando, en 2022, se inició una colaboración con el Colegio Notarial de Madrid, que permitió compartir el conocimiento experto de prestigiosos notarios en temas que son de interés general.

Esta iniciativa tuvo continuidad a lo largo de 2023. Así, entre los meses de enero y mayo de 2023, en colaboración con el Colegio Notarial de Madrid, se ha organizado un ciclo de **cinco jornadas abiertas al público en general**. Bajo el nombre "**Madrid te asesora**", los notarios ponentes han abordado temas de carácter civil y mercantil de interés para la gestión económica familiar y personal en los que son expertos. Cada una de las sesiones ha consistido en una conferencia y coloquio posterior resolviendo las propuestas de los asistentes.

e) Fomento del Sistema Arbitral de Consumo.

Con la finalidad de dar a conocer este sistema extrajudicial de resolución de conflictos, su símbolo identificativo y fomentar la adhesión de las empresas, se desarrolló una campaña de difusión en mobiliario urbano. Se exhibió en un circuito de marquesinas, con motivo de la celebración del Día Mundial de los Derechos del Consumidor, como se ha expuesto en el apartado 5.2.

f) Conmemoración mes *Fairtrade*.

Con ocasión de la celebración del mes *Fairtrade*, en octubre, se realizó una campaña de comunicación en 2 circuitos de marquesinas de autobuses (del 23 al 29 de octubre) con el lema “Cómpranos y ayuda a mantener el equilibrio”, que estuvo complementada con un acto institucional y una campaña de contenidos en redes sociales en distintas fechas del mes.

g) Campaña de educación financiera.

Con el objetivo de avanzar en el ámbito de educación financiera de la ciudadanía madrileña, se publicaron en 2023 de cuatro vídeos sobre los siguientes temas: tarjetas bancarias, créditos rápidos, seguros y planes de pensiones.

➤ Actos institucionales y prensa

La Subdirección General de Consumo ha organizado y/o participado a lo largo de 2023 en los siguientes actos institucionales y jornadas o seminarios:

- ◆ **Acto conmemorativo del Día Mundial de los Derechos del Consumidor.** Celebrado el 15 de marzo, estuvo fundamentado en la presentación de la campaña “40 años protegiendo tus derechos”. Dicho acto tuvo lugar en el Palacio de Cibeles y la campaña fue presentada por la Vicealcaldesa y en él se repartió el material de *merchandising* al efecto.
- ◆ **Conmemoración del 40 aniversario de la OMIC.** Para difundir los valores de este tipo de comercio, se organizó el 18 de octubre un acto institucional que se desarrolló en el pabellón de los Jardines de Cecilio Rodríguez del Parque del Retiro. Dicho acto fue presentado por la delegada del Área de Gobierno de Economía, Innovación y Hacienda y en él se repartió *merchandising* de la conmemoración.

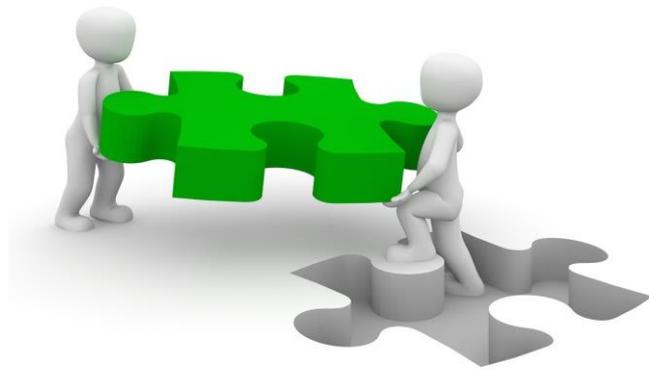
- ◆ **Commemoración del Día Mundial del Comercio Justo.** Para difundir los valores de este tipo de comercio, se organizó un acto de carácter presencial consistente en un desayuno con productos de Comercio Justo para empleados municipales, que se desarrolló en el salón de actos de nuestra sede. En dicho acto estuvo representado el sector empresarial, las organizaciones de Comercio Justo y las asociaciones de consumidores, así como otros miembros del Foro Municipal de Comercio Justo (FMCJ). Durante el mismo se proyectó una de las dos píldoras informativas sobre Comercio Justo publicadas en el espacio “Videos divulgativos sobre consumo” existente en la web municipal, concretamente la relativa a “Madrid, ciudad por el Comercio Justo”. Como apoyo se imprimió un cartel diseñado al efecto.



La actuación en materia de divulgación y comunicación ha dado lugar en 2022 a la publicación de 6 **notas de prensa e inserciones en el blog del Ayuntamiento de Madrid**, que han tenido repercusión en distintos medios de comunicación y que afectan a toda la actividad realizada en materia de consumo.

Línea de acción VI

Participación, colaboración y coordinación en materia de consumo



En esta línea de acción se resume la actividad de participación a través de los distintos programas e instrumentos de colaboración establecidos con las asociaciones de consumidores y con las organizaciones empresariales para el ejercicio de las funciones dirigidas a la protección de los derechos de las personas consumidoras en los planos de información, formación y ejercicio del arbitraje de consumo. En este apartado encajaría también la actividad desarrollada en el seno del Consejo Municipal de Consumo, como órgano colegiado establecido para canalizar la participación sectorial en esta materia; no obstante, como el mismo no se reunió a lo largo de 2023 no ha habido intervención en este campo.

Otro de los aspectos tratados es la coordinación técnica con los distritos, imprescindible para avanzar en una actuación homogénea en el conjunto de la ciudad, teniendo en cuenta que las competencias de la OMIC y la actividad inspectora se ejercen de manera compartida con los distritos.

La colaboración con la Comunidad de Madrid y otros servicios municipales para el mejor desarrollo de las competencias en materia de consumo, en el año 2023, tuvo fiel reflejo en los proyectos ejecutados descritos anteriormente en otras líneas de actuación y también en la participación de Consumo en determinados proyectos cuya dirección corresponde a otras áreas de gobierno, así como en la inclusión de acciones específicas de consumo a desarrollar por esta subdirección general, integradas en distintas estrategias, planes o iniciativas municipales.

6.1. Coordinación y colaboración administrativa

➤ **Colaboración y coordinación con los Distritos**

El Acuerdo de 29 de junio de 2023 de la Junta de Gobierno de la Ciudad de Madrid, de organización y competencias del Área de Gobierno de Economía, Innovación y Hacienda, atribuye a la Dirección General de Comercio, Hostelería y Consumo, la competencia de fijar directrices y establecer criterios técnicos de actuación, a fin de que la acción inspectora y la atención al ciudadano en la OMIC sea homogénea en todo el municipio, así como la de impulsar la coordinación e interlocución con los distritos en materia de consumo manteniendo entre ambos órganos canales de comunicación. En este ámbito en el ejercicio 2023, se realizaron las siguientes actuaciones:

➡ **Actividad inspectora y de control del mercado**

Se programó toda la actuación inspectora a desarrollar durante el 2023 por el Servicio de Inspección de Consumo incluyendo las campañas y protocolos de inspección, para lo que se mantuvo una reunión con los representantes de las unidades de los 21 distritos, con el objetivo de debatir aquellas actuaciones y materias que requerían una puesta en común en lo que respecta a dicha actividad.

Las campañas programadas para desarrollar por los distritos en 2023 fueron 9:

1. Seguridad de los productos.
2. Bazares.
3. Control general de establecimientos.
4. Promoción de ventas.
5. Comercio electrónico.
6. Venta ambulante.
7. Inspección y control de consumo en Inmobiliarias. Venta de segunda mano y alquiler.
8. Autoescuelas.
9. Inspección y control de consumo en establecimientos de la alimentación.

En la campaña de seguridad de los productos, participaron los Distritos de Vicálvaro, Centro, Chamartín, Chamberí, Barajas y Ciudad Lineal.

Se han mantenido 3 reuniones con los representantes de las unidades de consumo y de la división de OMIC de los 21 distritos, incluyendo en el orden del día aquellas actuaciones y materias que requerían una coordinación en la actuación inspectora a realizar.

➔ **Atención presencial en las OMIC de los Distritos.**

La situación epidemiológica provocada por la COVID 19 obligó a suspender la atención presencial que desarrollaban a través del sistema de cita previa las 21 oficinas de la OMIC, en cuanto a las labores de consulta e información a las personas consumidoras.

Durante el 2022, Una vez superada la pandemia, con el objeto de facilitar una recuperación paulatina de la actividad ciudadana normal y la integración de las personas consumidoras incomunicadas digitalmente, se comenzó a restaurar progresivamente la atención presencial en las oficinas de OMIC.

Para ello, con la colaboración de Cita Previa, se han duplicado las agendas en las OMIC Distritales, manteniendo la atención telefónica e incorporando de manera escalonada la atención presencial en algunos Distritos.

Durante el 2023 se ha continuado con esta incorporación, prestando hoy día la mayoría de los Distritos dicha atención presencial.

Se han mantenido activos y publicitados en la página web durante el 2023, todos los correos electrónicos genéricos de las 21 oficinas de OMIC distritales, para facilitar el acceso de las personas consumidoras a la función de consulta y gestión de reclamaciones en todas las oficinas.

➔ **Mantenimiento del espacio AYRE/Distritos/Consumo.**

Se ha continuado con las tareas de mantenimiento del espacio dedicado a consumo en la intranet AYRE como canal permanente de comunicación con los distritos, compartiendo a través de la intranet los documentos de trabajo necesarios para unificar los criterios de actuación.

Dentro de este espacio se publican, entre otros, documentos, informes técnicos, planes y programas, memorias de actividad, así como instrucciones, procedimientos y resultados de evaluación de los sistemas de calidad implantados en los servicios de consumo.

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. El Servicio de Inspección de Consumo ha elaborado diversos informes en respuesta a las consultas formuladas por los distritos.

El enlace a dicho espacio se puede encontrar aquí:

<https://ayre.madrid.es/portales/ayre3/Areas-de-actividad/Distritos/Consumo/?vgnextfmt=default&vgnextchannel=914efca526c48310VgnVCM2000000c205a0aRCRD>

Distribución de documentación técnica para apoyo a los distritos.

Esta actividad realizada tiene como fin servir de apoyo permanente a la actuación de los distritos en materia de consumo, manteniendo actualizados los conocimientos sobre aspectos técnicos o normativos que permitan facilitar su labor.

Con este fin se remiten a los distritos las sentencias dictadas por los tribunales, en relación con los expedientes sancionadores iniciados desde la Unidad de Procedimiento Sancionador del Servicio de Inspección de Consumo y por la Dirección General de Comercio, Consumo y Servicios de la Comunidad de Madrid.

Asimismo, se remiten todos los boletines mensuales de la Comunidad de Madrid y restantes comunicaciones recibidas a través de la Unidad de Apoyo a las Entidades locales, así como la revista mensual de Autocontrol referida a la publicidad.

Adicionalmente, se preparan índices mensuales de las disposiciones normativas publicadas en los boletines oficiales que puedan tener incidencia en materia de consumo, que también se distribuyen a los distritos con carácter periódico.

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

Desde la Dirección General de Comercio, Hostelería y Consumo se viene colaborando con otros servicios y proyectos municipales, a través de la integración en mesas de trabajo transversales, como vocal de los órganos colegiados, o como participante asociado en el consorcio de proyectos. En concreto, en el ejercicio 2023, estas colaboraciones fueron las siguientes:

- ◆ Programa de Operativo de Gobierno del Ayuntamiento de Madrid
- ◆ Estrategia de localización de los Objetivos del Desarrollo Sostenible
- ◆ Mesa del Pacto de Milán. Estrategia alimentaria
- ◆ Mesa Estrategia municipal de atención y prevención del trastorno adictivo del juego.
- ◆ Colaboración en la red “Autenticidad”.
- ◆ Plan estratégico de accesibilidad de la ciudad de Madrid
- ◆ Proyecto de Códigos de Buenas Prácticas del Ayuntamiento de Madrid
- ◆ Proyecto “Madrid lucha contra la pobreza femenina”
- ◆ Proyecto Europeo *Food Wave*.

➔ Programa Operativo de Gobierno (POG).

El programa de esta legislatura comprende un total de 3 acciones en el ámbito del consumo cuyo impulso corresponde a la Dirección General de Comercio, Hostelería y Consumo. Dichas acciones involucran a todos los servicios integrados dentro de la Subdirección General de Consumo y se enmarcan en diversos ámbitos, pero muy especialmente en lo relativo a la educación financiera de la ciudadanía y el consumo responsable. Durante el año 2023, se ha iniciado el impulso de las medidas previstas.

➔ Estrategia de localización de los Objetivos del Desarrollo Sostenible.

Desde Consumo se participó, en su momento, en la conformación de esta estrategia municipal, aprobada por la Junta de Gobierno en marzo de 2021 y en su interrelación con el POG, contribuyendo a sus líneas estratégicas con la propuesta de **3 acciones cuya ejecución corresponde a esta subdirección general** y que se refieren, respectivamente, a formación en materia de consumo sostenible, a la información sobre consumo destinada al colectivo de personas vulnerables y al fomento del Comercio Justo.



Estas acciones han quedado integradas en la Estrategia en dos de los ODS de las Naciones Unidas aprobada, en concreto en el objetivo 4 “Educación de calidad” (meta M.4.3) y en el 12 “Producción y consumo responsables” (metas M.12.5 y M.12.6)

La presente Estrategia constituye una visión transformadora del modelo de desarrollo sostenible para la ciudad de Madrid en clave multidimensional. El avance hacia el conjunto de las 104 metas que constituyen el núcleo aspiracional de esta Estrategia, permitirá configurar una ciudad más sostenible, vivible y amable en el año 2030. Con la consecución de esas metas se habrán implementado transformaciones profundas en las formas de asignación de recursos, de distribución de servicios, de extensión de derechos y de consolidación de las relaciones sociales que no sólo afectarán al conjunto de la ciudadanía madrileña, sino que contribuirán de manera positiva y notable a resolver los desafíos expresados globalmente en la Agenda 2030.

Estrategia alimentaria. Mesa del Pacto de Milán



Se ha participado en las reuniones de la Mesa del Pacto de Milán para la conformación de la nueva estrategia, incluyéndose en el documento final dos medidas a impulsar desde la Subdirección General de Consumo, que afectan a la promoción del Comercio Justo y a la impartición de talleres en la escuela, dentro de los programas anuales de formación en materia de consumo sobre alimentación sostenible y desperdicio alimentario.

Adicionalmente, y para su desarrollo, la Mesa se elaboró un Plan de Acción 2022-23, al que Consumo ha contribuido con dos medidas, en concreto, la M 1.3.2 “Programas de educación y sensibilización en ASS con escolares” y la M 1.3.4 “Sensibilización y promoción de alimentos del Comercio Justo”.

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

Se trata de un grupo de trabajo en el que se integraron distintas áreas de gobierno para la elaboración, ejecución y evaluación de una estrategia municipal que permita luchar contra la proliferación de salas de apuestas y locales de juego y el trastorno adictivo de la ludopatía en nuestra ciudad. La Dirección General de Comercio, Hostelería y Consumo colaboró en la elaboración de esta estrategia con la propuesta de medidas a impulsar desde la dirección general. **Aprobado el texto en marzo de 2022**, la estrategia contempla dentro de tres de sus ejes estratégicos las siguientes acciones cuya ejecución corresponde a la Subdirección General de Consumo, y cuyo seguimiento se realiza:

- ◆ **Acción 3.8.** Incluir, dentro de los programas de atención personalizada a los consumidores que se realizan en la OMIC Central información sobre la problemática del juego y sobre la posibilidad de exclusión voluntaria del acceso a las salas de juego.
- ◆ **Acción 6.6.** Gestionar las reclamaciones y denuncias formuladas por las personas usuarias de las salas de juego para ejercer la vigilancia y control del cumplimiento de la normativa en materia de consumo.
- ◆ **Acción 7.4.** Difundir contenidos desarrollados dentro del marco de la estrategia municipal de prevención y atención a la adicción al juego a través de los canales de información (atención presencial en la OMIC, campañas informativas, información en web o en redes sociales).

↳ Red “Autenticidad”.

Compete a la Dirección General de Comercio, Hostelería y Consumo el desarrollo de acciones de sensibilización contra la venta ilegal y de falsificaciones, las cuales se llevan a cabo principalmente a través de campañas institucionales en mobiliario urbano y redes sociales y del abordaje de esta temática en los talleres de formación de consumidores.

En este sentido, se vienen incluyendo referencias y mensajes relativos a esta cuestión en el nuevo material que se produce y, asimismo, con frecuencia se vienen incluyendo mensajes alusivos en las redes sociales en las que tiene presencia a Dirección General de Comercio, Hostelería y Consumo.

Igualmente, tal y como se apuntaba en el apartado 2.1, en 2023, al igual que el año anterior, se abordado la problemática de la compra de falsificaciones y en canales ilegales en todos los talleres de secundaria, FP y Bachillerato, independientemente de su temática específica. Han sido 263 talleres donde se ha difundido este contenido con 5.758 participantes.

↳ Plan estratégico de accesibilidad de la ciudad de Madrid



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

A tal efecto, la DGA propuso el nombramiento de interlocutores en representación de las diferentes direcciones generales que acudirían a las reuniones convocadas, en cuyo seno se propició por cada dirección general la preparación de fichas técnicas en las que se recogieran actuaciones concretas, bien en desarrollo, o bien de nueva implementación, que promuevan y favorezcan la accesibilidad universal, y que formarán parte del Primer Plan de Acción derivado del Plan Estratégico. Se propusieron 7 actuaciones contempladas en el formato de la ficha técnica elaborada por la DGA que, por decisión de este mismo órgano directivo, formarán parte del Primer Plan de Acción.

El Plan Estratégico de Accesibilidad Universal para la ciudad de Madrid fue **aprobado por la Junta de Gobierno de la Ciudad de Madrid en su sesión de 10 de noviembre de 2022**. Sobre su base, y en la medida en que el nombramiento de una nueva corporación ha hecho preciso ajusta alguna de sus previsiones, desde la Subdirección General de Consumo se ha contribuido al impulso de la Dirección General de Comercio, Hostelería y Consumo de reelaborar aquellos que afectaban a este centro directivo.

↳ Código de Buenas Prácticas del Ayuntamiento de Madrid

A finales del año 2022, la Dirección General de Organización y Régimen Jurídico impulsó la elaboración de un código de buenas prácticas que recogiera en un único instrumento las buenas prácticas realizadas en el Ayuntamiento, con la finalidad de dar publicidad de estas actuaciones entre la ciudadanía y a las propias unidades administrativas de la corporación municipal, para que puedan replicarse en aras de la mejora de la prestación de los servicios públicos.

Desde Consumo se propusieron seis actuaciones consideradas como buenas prácticas que inciden en los tres servicios en los que se estructura esta unidad. Para la incorporación de propuestas en el Código éstas debían ser innovadoras, eficaces, sostenibles en el tiempo y susceptibles de ser replicables y transferibles a otros servicios públicos distintos de aquel en el que se generó. Las propuestas formuladas fueron las siguientes:

1. Elaboración y publicación de Protocolos y Evaluaciones de las campañas de inspección de consumo del Ayuntamiento de Madrid. *
2. Elaboración e implantación de Códigos de Buenas Prácticas empresariales en la ciudad de Madrid. *
3. Sistema de calidad certificado ISO 9001:2015 del Servicio de Inspección de Consumo.*
4. Actuaciones para la educación financiera de las personas consumidoras. *
5. Madrid “Ciudad por El Comercio Justo”. *
6. Atención y respuesta ágil de consultas en materia de consumo por correo electrónico.

Finalmente, el Código de Buenas Prácticas del Ayuntamiento de Madrid fue **aprobado por Acuerdo de 23 de marzo de 2023 de la Junta de Gobierno de la Ciudad de Madrid**, en el que se han incorporado cinco* de las seis propuestas formuladas desde Consumo.

↳ Integración con el proyecto: “Madrid lucha contra la pobreza femenina” y Planes de Actuación Bienal 2022-2023 de Transversalidad de Género.

Este programa pretende abordar la pobreza con un enfoque de género y de interseccionalidad a través del trabajo conjunto y coordinado en los diversos organismos municipales que por su ámbito competencial tienen capacidad de incidir en la pobreza en nuestra ciudad

Tras la creación del grupo transversal 2021-2023, en el que quedo integrado el entonces Instituto Madrileño de Consumo dentro del Área de Economía, Innovación y Empleo, se ha procedido a la evaluación del cumplimiento de las directrices de transversalidad de género, a través de las acciones realizadas en el Plan de actuación bienal 2023.

Se plantearon 5 acciones para incorporar/mejorar la aplicación del enfoque de género en Planes, programas y proyectos a desarrollar a lo largo del 2023, las cuales han sido eficazmente cumplidas.

- 1.-Programa formación en materia de consumo.
- 2.-Encuesta satisfacción usuarios/as OMIC.
- 3.-Materiales informativos y Divulgación sobre consumo en formatos digitales.
- 4.-Programa de educación financiera.
- 5.-Condiciones especiales ejecución contratación.

Proyectos Food Wave

(Véase el apartado 7.1 de la Línea VII).

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

a) Convenio de colaboración suscrito con la Comunidad de Madrid en materia de consumo.

Con el fin de mantener los cauces de colaboración y coordinación entre ambas administraciones, y en aras de la distribución eficiente de los recursos mutuos para la mayor eficacia en la consecución del objetivo común de la defensa y protección de las personas consumidoras, se realizaron los trámites necesarios para prorrogar, al menos durante un año más, el convenio suscrito el 16 de febrero de 2021.

El convenio da continuidad de la colaboración en todos los aspectos de la actividad de los servicios de consumo:

- ◆ Los servicios de consumo de ambas administraciones realizan de manera coordinada actividades de información y formación dirigidas a personas consumidoras, tales como el intercambio de material divulgativo y programas de formación.

- ◆ 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 de reparto de asuntos.
- ◆ Se establecen criterios comunes para la tramitación de solicitudes de arbitraje y de la adhesión de las empresas, junto con la delimitación de los asuntos que compete resolver a cada administración.
- ◆ Con respecto a la inspección de consumo, se establecen criterios comunes en las actuaciones inspectoras en la ciudad de Madrid y se colabora mutuamente en la resolución de dudas y consultas, remitiéndose las sentencias correspondientes a cada organismo para su mutuo conocimiento.
- ◆ Igualmente se colabora en materia de formación del personal, ya que los técnicos municipales pueden asistir como alumnos a los cursos ofertados por la Dirección General de Comercio y Consumo de la Comunidad de Madrid, de carácter presencial o virtual.

b) Participación en los órganos de consumo autonómicos.

El Ayuntamiento de Madrid es miembro del Consejo de Consumo de la Comunidad de Madrid y vocal de su Comisión Permanente, participando en su actividad a través de la Dirección General de Comercio, Hostelería y Consumo, la cual ha asistido en 2023 a 11 reuniones de la Comisión permanente, contribuyendo a la revisión de los numerosos proyectos normativos que se han presentado ante dicha comisión para los preceptivos informes. También ha asistido a la sesión plenaria del Consejo celebrada el 2 de marzo de 2023.

6.2. Participación ciudadana en consumo

➤ El Consejo Municipal de Consumo

El Consejo Municipal de Consumo es el órgano colegiado sectorial que canaliza la participación en materia de consumo, a través de las organizaciones empresariales y de las asociaciones de consumidores y del resto de vocales que se integran su composición. Es un órgano de carácter consultivo que desarrolla funciones de informe, consulta y propuesta en relación con las competencias que el Ayuntamiento de Madrid ostenta en esta materia. Durante el año 2023 el pleno del Consejo Municipal de Consumo se ha reunido en una ocasión, en el mes de mayo

Adicionalmente, fuera de estas reuniones se ha mantenido contacto permanente con los vocales de las distintas asociaciones de consumidores y organizaciones empresariales para el desarrollo de proyectos concretos y el cumplimiento de las distintas resoluciones adoptadas en el ámbito del Consejo.

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

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

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

Mediante Acuerdo de 21 de diciembre de 2023 de la Junta de Gobierno de la ciudad de Madrid, se aprobaron los modelos de acuerdo de creación de Consejos Sectoriales.

Por todo lo anterior, en el último tramo de 2023 se han iniciado los trabajos para la aprobación del futuro Acuerdo de la Junta de Gobierno que habrá de regular el nuevo Consejo de Consumo.

➤ Convenios

a) Colaboración con las organizaciones de consumidores.



Durante el año 2023 se ha mantenido la línea de colaboración existente con asociaciones de consumidores integradas en el Consejo Municipal de Consumo, a través de la firma de la prórroga del convenio para la realización del Programa de asesoramiento personalizado a las personas consumidoras en la OMIC (7 convenios con otras tantas asociaciones). Además, este año mantienen su vigencia los convenios bilaterales para la realización de los Programas de información a los consumidores en espacios públicos.

Con estos instrumentos se desarrollan dos políticas públicas: la primera consistente en la defensa de los derechos e intereses legítimos de los consumidores, incluyendo su información, formación y educación; y la segunda el fomento y apoyo a las organizaciones de consumidores de ámbito local.

➔ ***Convenios para la realización del Programa de asesoramiento personalizado a los consumidores***

Se prorroga la vigencia de estos convenios que han supuesto como novedad respecto a los convenios suscritos anteriormente:

- ✓ En primer lugar, la refundición del “programa de orientación jurídica a los consumidores” y el “programa de asesoramiento económico a los ciudadanos”. A partir de la experiencia en el desarrollo de estos dos programas en pasados ejercicios, y para conseguir una mayor eficacia y eficiencia en la gestión de las citas previas de atención personalizada, se consideró conveniente el pasado año desarrollar un único programa que recoja el asesoramiento integral de las consultas formuladas por las personas consumidoras, ya que en numerosas ocasiones tienen contenido mixto: jurídico y económico.

- ✓ Por otra parte, garantizando siempre una atención plenamente personalizada, este programa puede aplicarse de forma presencial en la OMIC Central, o bien por vía telefónica, a elección del consumidor, mientras que anteriormente la atención solo era posible en modo presencial.



En síntesis, el asesoramiento tiene como objetivo proporcionar información personalizada de naturaleza jurídica o económica a las personas consumidoras, basada en los principios de gratuidad, confidencialidad e independencia, tratando de adaptarse a las circunstancias específicas de la persona que solicite dicha atención y dando cobertura a las dos líneas de consulta siguientes:

- ◆ Por un lado, orientación jurídica relativa a aquellos supuestos y controversias que los/as ciudadanos/as deseen plantear, siempre que afecten a sus relaciones de consumo.
- ◆ Y, por otro, dar respuesta y orientación a las consultas formuladas con diversos aspectos que puedan afectar a la economía familiar o personal (contratación de suministros, créditos y préstamos, contratación de seguros y planes de pensiones, y similares), así como apoyo y ayuda en la planificación de su economía doméstica y de ahorro.

Para la ejecución de este programa, técnicos/as designados por las asociaciones e identificados como representantes de estas, han ofrecido respuesta a las solicitudes de información y consultas planteadas, con cita previa, siendo la opción telefónica la preferida por la ciudadanía mayoritariamente. Se han ofertado un total de 2170 horas de asesoramiento, desarrolladas por 7 asociaciones de consumidores que forman parte el Consejo Municipal de Consumo (310 horas por asociación).

➔ ***Convenios para la realización de los Programas de información a los consumidores en ejes comerciales y mercadillos ambulantes.***

Para la realización de estos programas se suscribieron en 2022 seis convenios (véase la línea de acción V) que mantienen su vigencia durante 2023.

b) Convenios para el mantenimiento del sistema arbitral de consumo.

En 2023 se ha mantenido la vigencia de los 30 convenios de colaboración suscritos para garantizar el funcionamiento del Sistema Arbitral de Consumo en el ámbito del Ayuntamiento de Madrid, de los cuales 15 pertenecen a asociaciones de consumidores y los 15 restantes a organizaciones empresariales. Se han realizado las actuaciones necesarias para la tramitación anticipada de las 30 prórrogas de dichos convenios para el ejercicio 2024.

Además, durante el año 2023 se firmó una prórroga del convenio con la Universidad Nacional a Distancia (UNED) para seleccionar personal docente e investigador con capacidad para colaborar con el Sistema Arbitral del Ayuntamiento de Madrid para asegurar el correcto funcionamiento del arbitraje de consumo en el ámbito del Ayuntamiento de Madrid.

Durante este ejercicio han formado parte de los colegios arbitrales de la Junta Arbitral de Consumo del Ayuntamiento de Madrid, 15 asociaciones de consumidores y 11 organizaciones empresariales, conforme a los convenios vigentes a tal efecto.

c) Convenio de colaboración entre el Ayuntamiento de Madrid y organizaciones de Comercio Justo de Madrid.

En 2023 se suscribió un nuevo convenio entre el Ayuntamiento de Madrid y las organizaciones de Comercio Justo: PROYDE, SETEM-MCM, IDEAS-Iniciativas de Economía Alternativa y Solidaria S. Coop. And., Fundación Comercio para el Desarrollo (COPADE), OXFAM-INTERMÓN y la Asociación del Sello de productos de Comercio Justo *Fairtrade* Ibérica. Su vigencia es de 2 años desde su entrada en vigor, en fecha 22 de mayo de 2023.

Este convenio, sin contenido económico, tiene como objetivos: establecer la cooperación entre las entidades relacionadas con el Comercio Justo y el Ayuntamiento de Madrid en materia de Comercio Justo, dar a conocer sus valores entre la ciudadanía de Madrid, participar en actividades relacionadas con el programa de trabajo del Foro Municipal de Comercio Justo, favorecer la disponibilidad y oferta de los productos de Comercio Justo en nuestra ciudad y la incorporación de dichos productos en la compra pública.

Línea de acción VII

Fomento del consumo responsable

Se describen en esta línea de acción las actividades realizadas en materia de fomento del Comercio Justo para el mantenimiento de la acreditación con que cuenta la ciudad de Madrid, desde 2011, como “Ciudad por el Comercio Justo”, dentro de la campaña internacional de ciudades de la que forman parte más de 2.000 municipios en todo el mundo, todo ello conforme a los programas de trabajo que se elaboran desde Consumo y, hasta ahora, sometidos a consulta y aprobación del Foro Municipal de Comercio Justo (en adelante, FMCI).

Conforme a la actual distribución competencial y organizativa del Ayuntamiento de Madrid, corresponde a la Dirección General de Comercio, Hostelería y Consumo “fomentar el consumo responsable y, en particular, el Comercio Justo en la ciudad de Madrid, de acuerdo con la Ordenanza de Consumo de la Ciudad de Madrid, de 30 de marzo de 2011”. En su ejercicio, se impulsan también otras iniciativas dirigidas a la promoción de un modelo de consumo sostenible e informado, a través de instrumentos como la formación, la sensibilización ciudadana y la colaboración en proyectos específicos propios o en colaboración con otros servicios municipales o con distintas organizaciones y agentes implicados.

7.1. Madrid, Ciudad por el Comercio Justo

➤ El Foro Municipal de Comercio Justo

El FMCJ ha venido siendo un órgano colegiado de asesoramiento, evaluación y seguimiento cuyos vocales representan a distintas áreas de la administración, al asociacionismo vecinal, a las ONG de Comercio Justo y a las organizaciones empresariales y de consumidores, así como a la entidad responsable del Programa Internacional de Ciudades por el Comercio Justo en España.

Si bien durante 2023 no tuvo lugar ninguna reunión del FMCJ, como parte del trabajo realizado en la campaña de Ciudades por el Comercio Justo, se realizó un informe de seguimiento anual para dar cuenta de las acciones realizadas por los miembros del FMCJ, recogiendo en el mismo todas las acciones desarrolladas dentro del programa de trabajo aprobado por los miembros.

También fue elaborado el informe diagnóstico correspondiente al periodo 2021-2022 con la finalidad de medir la evolución en el apoyo y fomento del Comercio Justo por parte de los diferentes actores de la ciudad, cuyos resultados muestran de forma positiva el cumplimiento de los criterios.

➤ Actuaciones programadas sobre Comercio Justo

Junto a las dos acciones citadas cabe señalar que se han realizado 15 acciones adicionales con la misma finalidad (en total 17, pues), que se sintetizan de la siguiente forma:

- ◆ Con ocasión de la conmemoración del Día Mundial del Comercio Justo (DMCJ), que este año se adelantó con motivo de las elecciones municipales, desde el Ayuntamiento de Madrid se promovió la organización de un desayuno con productos de Comercio Justo, que tuvo lugar el día 24 de marzo, en el salón de actos del edificio municipal sito en c/ Príncipe de Vergara, 140. El acto estuvo dirigido en general a los empleados municipales que trabajaban en estas dependencias municipales. Contó con la presencia de 100 asistentes, entre ellos, también, representantes de entidades/organizaciones sociales y empresas.
- ◆ Durante el acto se difundió una de las píldoras informativas sobre Comercio Justo publicadas en el espacio “Videos divulgativos sobre consumo” creado en la web municipal, así como un cartel diseñado para la ocasión.

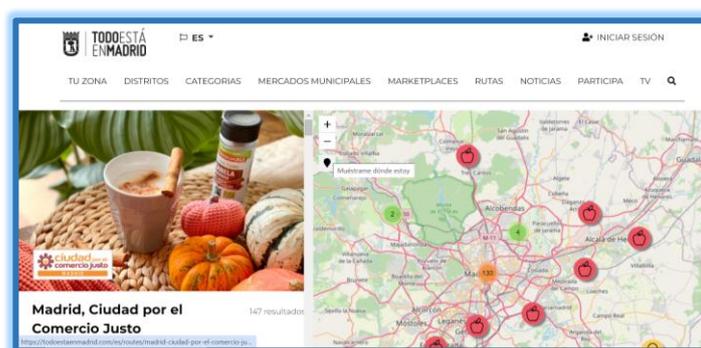
- ◆ La celebración del DMCJ fue complementada por una campaña de comunicación en mobiliario urbano bajo el lema “Cómpranos y ayuda a mantener el equilibrio” (véase también la Línea de acción V).
- ◆ De forma adicional a las actuaciones anteriores se llevó a cabo una campaña de contenidos sobre Comercio Justo en las *redes sociales* “ConsumoMadrid” y a través de internet www.madrid.es/consumo y www.economia.madrid.es
- ◆ Con motivo de la conmemoración del mes *Fairtrade*, se realizó una campaña de comunicación en marquesinas de autobuses bajo el lema “Cómpranos y ayuda a mantener el equilibrio” del 23 al 29 de octubre. (Véase también la línea de acción V).
- ◆ Respecto a la acción formativa de los empleados municipales cabe destacar la realización del curso sobre “Consumo sostenible y Comercio Justo” (véase la línea de acción II).
- ◆ Durante el 2023 se suscribió un nuevo convenio de colaboración entre el Ayuntamiento de Madrid y las organizaciones de Comercio Justo (véase también la línea de acción VI).
- ◆ Realización de un taller en el centro de igualdad Juana Doña, el día 14 de abril, consistente en la proyección de un documental sobre el papel de la mujer en las organizaciones productoras de Colombia, Nicaragua e India, que se acompañó de una cata de productos de Comercio Justo.

- ◆ Se ha editado un nuevo tríptico informativo sobre “Madrid, una ciudad comprometida con el Comercio Justo” en el que se ha actualizado el diseño con una imagen renovada y los contenidos incluyendo todos los sellos de certificación reconocidos.



- ◆ En el marco de la campaña informativa llevada a cabo con motivo de la celebración del Día Mundial de los Derechos del Consumidor se realizó una distribución de folletos de Comercio Justo, con inicio el 15 de marzo en ejes comerciales y mercadillos, extensiva a todo el año.

- ◆ Para difundir el Comercio Justo entre la población escolar se desarrollaron, en el marco del Programa de formación en materia de consumo que ejecuta la DG de Comercio, Hostelería y Consumo, 47 talleres sobre la temática específica de Comercio Justo en centros educativos de nuestra ciudad.
- ◆ Otra de las acciones ha consistido en la integración del Comercio Justo en otras políticas municipales como el Proyecto europeo *Food Wave* que se enmarca en la “Estrategia alimentaria saludable y sostenible” del Pacto de Milán. Se ha participado en las reuniones convocadas al efecto y se ha dado continuidad al desarrollo de talleres y acciones divulgativas contemplados en el marco del mismo.
- ◆ Se ha llevado a cabo la actualización de algunos de los apartados existentes en el espacio que sobre Comercio Justo se recogen en la web www.madrid.es, en concreto, los relativos a la actualización de los listados de establecimientos que ofrecen este tipo de productos a la ciudadanía: comercios minoristas (614) y de hostelería (224); así como la publicación de promocionales y contenidos sobre eventos (DMCJ; Talleres desarrollados en espacios igualdad municipales, Campaña de Navidad, etc) y la inclusión de diferentes enlaces y webs de Comercio Justo de interés relacionados con dichos contenidos.
- ◆ Se ha dado continuidad a la difusión de diferentes contenidos sobre Comercio Justo en la web municipal con ocasión de la Campaña de Navidad bajo el lema “En Navidad, Madrid consume con valores” (www.madrid.es/consumo), así como a través de las redes sociales de las organizaciones de Comercio Justo.
- ◆ Se ha mantenido activa la ruta de Comercio Justo en la web “Todo está en Madrid” para dar visibilidad a todos los establecimientos madrileños que oferten productos de Comercio Justo que lo deseen, existiendo al finalizar 2023 más de 140 registros.



7.2. Actuaciones en materia de consumo responsable

Durante el año 2023, además de las específicas de Comercio Justo, se realizaron otras acciones de promoción del consumo sostenible, que se presentan clasificadas en las siguientes categorías:

➤ **Acción divulgativa: creatividad para el desarrollo de una campaña de consumo responsable**

En cumplimiento de lo establecido en el artículo 48 de la Ordenanza de consumo de la ciudad de Madrid, desde la Dirección General de Comercio, Hostelería y Consumo, se ha promovido el desarrollo de una nueva creatividad para el desarrollo de una campaña de comunicación para la promoción del consumo responsable en la ciudad de Madrid, basada en el fomento del uso racional de los recursos naturales y el consumo de productos que cumplan con criterios sociales, éticos y ambientales.

La campaña “**Orgullosamente cercano, fresco y humano**”, destaca el orgullo de elegir productos de cercanía, frescos, de calidad y que contribuyen al bienestar colectivo y a la construcción de un entorno más equitativo.



➤ Formación

En los programas de formación en materia de consumo se integran talleres en la escuela que versan sobre consumo responsable. En 2023 se realizaron un total de 438 talleres, en distintos niveles del ciclo educativo, desde la enseñanza primaria al bachillerato, con la siguiente distribución temática:

- ➔ Consumo sostenible de productos y servicios: 30
- ➔ Consumo y alimentación sostenible: desperdicio alimentario: 208
- ➔ Uso sostenible de la energía. Ahorro y eficiencia energética: 55
- ➔ Minimización, separación y reciclaje de residuos: 145

Por otro lado, en cuanto a la formación del personal municipal se ha continuado con la oferta formativa del curso sobre “Consumo sostenible y Comercio Justo”. Su programa incluye, además de una sesión sobre Comercio Justo, un marco teórico con definiciones, conceptos y enfoque sobre sostenibilidad, y temas específicos como la agroecología, el desafío energético y las finanzas con criterios éticos. El curso sigue teniendo una amplia acogida por los/as trabajadores/as municipales.

➤ Fomento del consumo de madera sostenible

En 2023, tras la adenda de prórroga firmada en el mes de marzo, continuó la vigencia del convenio suscrito entre el Ayuntamiento de Madrid y la Fundación Comercio para el Desarrollo (COPADE), para el fomento de la utilización de la madera tropical certificada. Su objetivo es impulsar el uso de madera de origen sostenible y promover el mercado de productos forestales con el sello “Madera Justa” y el sello FSC en la ciudad de Madrid en el marco de la Plataforma Madera Justa, con las siguientes finalidades:

- ◆ Promover el consumo responsable de productos forestales certificados con el sello FSC y de productos de Comercio Justo, mediante el sello Madera Justa.

- ◆ Favorecer la participación de las organizaciones sociales de Madrid en las actividades relacionadas con el comercio justo y el consumo responsable, dentro del marco de la plataforma Madera Justa.

- ◆ Impulsar acciones de información, formación y difusión sobre el Comercio Justo y la certificación FSC y la certificación “Madera Justa” hacia la ciudadanía de Madrid y el sector empresarial de la ciudad.

➤ Proyecto *Food Wave*



Dear Food Wave es un proyecto cofinanciado por la Unión Europea en el marco educativo (DEAR), que se ha extendido hasta noviembre de 2023, y cuyo liderazgo asume la ciudad de Milán. En él participan ciudades de 16 países, entre ellas Madrid. Tiene por objeto fomentar la educación en materia de alimentación sostenible, dirigida en particular al colectivo de los jóvenes entre 15 y 35 años.

En este proyecto, la Subdirección General de Consumo ha colaborado con la Dirección General de Sostenibilidad, a través del Departamento de Educación para el Desarrollo Sostenible, tanto con la promoción de acciones destinadas al consumo sostenible de alimentos, como en la participación de las reuniones para el impulso del proyecto y reporte a la coordinación internacional del mismo.

Establecidas en ejercicios anteriores las acciones de difusión y formación a realizar por el durante el año 2023 se ha realizado una evaluación de resultados a través de indicadores, documentos informativos y gráficos de las acciones realizadas en 2022.

Finalmente, y a través de las redes sociales de la Subdirección General de Consumo, se ha hecho difusión de los eventos organizados en nuestra ciudad para el desarrollo de este proyecto, para estimular la participación, conforme al cronograma establecido.

Línea de acción VIII

Transparencia y calidad en la actuación municipal

En la primera parte de esta línea de acción se resumen las actividades realizadas en materia de transparencia, en cumplimiento de la Ordenanza de Transparencia de la ciudad de Madrid y de la Ley 19/2013, de 9 de diciembre, de transparencia, acceso a la información pública y buen gobierno, con la publicación, a través de la página web corporativa www.madrid.es/consumo, o por medio de la colaboración con los servicios municipales competentes, de una amplia gama de documentos y materiales en cumplimiento del principio de publicidad activa impulsado desde el la Subdirección General de Consumo.

Por otra parte, se reflejan los resultados de evaluación y auditoría de los sistemas de calidad que la Dirección General de Comercio, Hostelería y Consumo, en su compromiso con prestar cada vez mejores servicios a la ciudadanía, tiene implantados para la Subdirección General de Consumo. Es el caso del Servicio de Inspección de Consumo, que está certificado conforme a la Norma ISO 9001:2015. El alcance de dicha certificación abarca a sus dos departamentos (inspección de consumo y oficina de investigación de consumo), incluida la unidad de procedimiento sancionador, y se renueva anualmente tras un proceso de revisión y auditoría externa.

La OMIC, que cuenta con carta de servicios desde 2008, y conforme al sistema implantado en el Ayuntamiento de Madrid para sus cartas de servicios, es objeto de evaluaciones anuales del cumplimiento de sus compromisos a través de un conjunto de indicadores designados. La Carta de Servicios de la OMIC fue certificada, por primera vez, por AENOR 2018, siendo renovada dicha certificación, válida por dos años, en 2021.

8.1. Actividades de transparencia y protección de datos

➤ Publicidad activa

La Dirección General de Comercio, Hostelería y Consumo, en relación con sus competencias en materia de consumo, en aras de la transparencia en la gestión municipal pública, durante el ejercicio 2023 ha publicado a través de la página web municipal, los siguientes contenidos:

- ◆ Memoria anual de actividad 2022.
- ◆ Las campañas de inspección programadas en 2022 y sus protocolos con carácter previo a su ejecución.
- ◆ Los informes de evaluación de las campañas de inspección ejecutadas.
- ◆ El listado de empresas adheridas al Sistema Arbitral de Consumo y a los distintos Códigos de Buenas Prácticas sectoriales (actualización trimestral de ambos listados).
- ◆ Los 19 CBP sectoriales aprobados y sus protocolos individuales correspondientes, una adenda de actualización y un folleto informativo.
- ◆ El texto actualizado de la Carta de Servicios de la OMIC, su informe de evaluación, informe de la encuesta de valoración ciudadana del servicio, su ficha técnica y metadatos (todo ello correspondiente a la actividad desarrollada en 2022).
- ◆ Actualización de la composición de las vocalías de los órganos colegiados: Consejo Municipal de Consumo y Foro Municipal de Comercio Justo.
- ◆ La actualización de los datos de las oficinas de la OMIC Central y distritales en el portal de datos abiertos.
- ◆ Las publicaciones y documentos divulgativos sobre los derechos legalmente reconocidos a los consumidores.
- ◆ Los convenios y adendas formalizados en 2023, a través del registro de convenios.
- ◆ Criterios interpretativos en materia de consumo, en respuesta a las consultas formuladas por los distritos.
- ◆ Fichas técnicas e informes de percepción ciudadana de los servicios prestados en la inspección de consumo, como resultado de las encuestas realizadas.
- ◆ Informes trimestrales sobre inspecciones realizadas en el portal de datos abiertos.

➤ Derecho de acceso a la información

En el ejercicio del derecho de acceso a información pública de la ciudadanía, como unidad informante en el procedimiento de tramitación de este tipo de expedientes, desde la Dirección General de Comercio, Hostelería y Consumo se emiten informes que han servido de base para que la Secretaría General Técnica del Área de Gobierno resuelva las solicitudes de acceso formuladas. No obstante, a lo largo de 2023 no se recibió ninguna solicitud.

➤ Portal de datos abiertos

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

Otro de los contenidos del portal de datos abiertos es el denominado “Inspecciones de Consumo”. La información que se facilita en este conjunto de datos se acomoda a lo dispuesto en el artículo 17 de la Ordenanza de Transparencia de la ciudad de Madrid, y se refiere a las inspecciones realizadas por el Servicio de Inspección de Consumo y por los distritos en los establecimientos ubicados en la ciudad de Madrid. Se indica la fecha en la que tuvo lugar la inspección, la ubicación del local (dirección completa), la actividad realizada y la materia objeto de inspección, advirtiéndose expresamente que el hecho de realizarse una inspección no implica la existencia de infracción.

Los datos que se ofrecen se actualizan trimestralmente, encontrándose ya publicados todos los correspondientes al ejercicio 2023, basados en la información recogida en la aplicación informática SIGSA sobre la que se gestiona la inspección de consumo.

➤ Protección de datos personales

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

Durante 2023 se han mantenido inalteradas las **seis actividades de tratamiento** de responsabilidad de la Dirección General de Comercio, Hostelería y Consumo relacionadas con este último ámbito:

- ◆ Información y asistencia a las personas consumidoras. Información y asistencia a las personas consumidoras en sus reclamaciones, denuncias y consultas de consumo. Realización de encuestas de satisfacción a dichas personas consumidoras.
- ◆ Venta y reventa callejera o ambulante de entradas o abonos, relativo al ejercicio de la potestad sancionadora que compete al Ayuntamiento de Madrid en relación con la venta y reventa callejera o ambulante de entradas, localidades o abonos.
- ◆ Interesados en expedientes arbitraje consumo, relativo al tratamiento integral de los datos de todas las personas interesadas en los expedientes de arbitraje de consumo.
- ◆ Adhesión de personas empresarias a códigos de buenas prácticas, relativo al ejercicio de la potestad de control de bienes y servicios que corresponde al Ayuntamiento de Madrid para promover el desarrollo de CBP empresariales.
- ◆ Comunicación de datos personales en el ejercicio de funciones públicas, relativo al cumplimiento de funciones públicas que requieran la comunicación de datos personales a empresas adjudicatarias de servicios contratados por esta Dirección General.
- ◆ Inspecciones de consumo no alimentario, relativo al acceso a datos de carácter personal en el ejercicio de funciones inspectoras; qué personas atienden al personal inspector en dichas labores.

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

Cabe señalar que en 2023 se ha tramitado la solicitud presentada por una consumidora para la supresión de dos de sus datos de carácter personal cuyo tratamiento se había realizado con motivo de una reclamación que había presentado ante la OMIC, tramitación que concluyó con la aprobación de resolución estimatoria de la solicitud.

8.2. Carta de Servicios de la OMIC

La Carta de Servicios de la OMIC fue aprobada por Acuerdo de 8 de junio de 2008, de la Junta de Gobierno de la ciudad de Madrid. A lo largo de sus evaluaciones anuales, se han ido renovando y ampliando los compromisos en ella adquiridos como plasmación de su voluntad de promover la mejora continua del servicio que ofrece a la ciudadanía, reformulando y ajustando, en consecuencia, los indicadores para su evaluación. En febrero de 2023 se realizó su undécima **evaluación para determinar el cumplimiento de los compromisos contraídos en función de los valores obtenidos para sus distintos indicadores en el año inmediatamente anterior (2022)**. En la siguiente tabla se indican los resultados obtenidos para los 20 indicadores designados para la evaluación de sus 9 compromisos.

En cuanto a los resultados de los indicadores obtenidos en la evaluación correspondiente a 2022, resultan especialmente destacables los de aquellos que versan sobre la valoración del servicio que realizan Las personas usuarias del conjunto de las oficinas de la OMIC, obtenidos a través de la realización de 3400 encuestas telefónicas.

Los datos reflejan, por ejemplo, que un 85,86% de las personas consultadas estaban satisfechas o muy satisfechas con la información y orientación recibidas, y un 91,05% lo estaban con el trato recibido en general. En cuanto a la capacitación del personal que les atendió en la OMIC. El resto de los indicadores relativos a la valoración ciudadana del servicio ofrecen también excelentes resultados, con unas notas medias otorgadas en los distintos atributos que superan la cifra de 8 en todos los casos, en una escala del 0 al 10.

Se evalúa también el nuevo compromiso formulado sobre la atención de consultas por correo electrónico en la OMIC Central establecido durante la pandemia, con una amplia aceptación por parte de las personas consumidoras y un excelente resultado en cuanto a tiempos de respuesta.

También es destacable el indicador que muestra que, en 2021, un 61,90% de las mediaciones realizadas en la OMIC tienen un resultado positivo para la persona consumidora, lo cual pone en valor la utilidad de este servicio que gratuitamente se ofrece a la ciudadanía.

RESULTADOS DE LA EVALUACIÓN DE LA CARTA DE SERVICIOS DE LA OMIC

Indicador	Meta	Resultado 2022
COMPROMISO 1. Indicador 1: Porcentaje de personas usuarias satisfechas con la información y orientación recibidas	80%	85,86 %
COMPROMISO 1. Indicador 2: Valoración media de preparación del personal para su trabajo	8	8,40
COMPROMISO 2. Indicador 3: Valoración amabilidad y cortesía del personal que lo ha atendido	8	8,75
COMPROMISO 2. Indicador 4: Valoración claridad y comprensibilidad de información recibida	8	8,69
COMPROMISO 2. Indicador 5: Porcentaje de personas usuarias satisfechas con el trato recibido	80%	91,05%
COMPROMISO 3. Indicador 6: Porcentaje de citas previas que se ofrecen con una demora igual o menor de 10 días naturales	75%	84,50 %
COMPROMISO 3. Indicador 7: Porcentaje de citas previas en OMIC ofrecidas en un plazo de 20 días naturales, salvo petición expresa de un plazo superior	95% -100%	99,70 %
COMPROMISO 4. Indicador 8: Porcentaje de consultas atendidas por correo electrónico en la OMIC Central en un plazo no superior a 5 días naturales.	80	99,76%
COMPROMISO 4. Indicador 9: Porcentaje de consultas atendidas por correo electrónico en la OMIC Central en un plazo no superior a 10 días naturales	100%	100%
COMPROMISO 5. Indicador 10: Porcentaje de reclamaciones que son tramitadas en la OMIC en un plazo máximo de 2 meses	80%	73,40 %
COMPROMISO 5. Indicador 11: Porcentaje reclamaciones tramitadas en plazo máximo 6 meses	95% -100%	93,60 %
COMPROMISO 6. Indicador 12: Porcentaje de mediaciones positivas para la persona consumidora en las que la OMIC municipal ha realizado labores de mediación	45%	61,90%
COMPROMISO 6. Indicador 13: Porcentaje de reclamaciones sin resultado positivo informadas de posibles vías para su resolución	95% -100%	99,80 %
COMPROMISO 7. Indicador 14: Quejas o reclamaciones recibidas al año en relación con una información no actualizada sobre la OMIC en la página web (indicador informativo)	-	0
COMPROMISO 7. Indicador 15: Actualizaciones realizadas en la página Web de la OMIC	150	247
COMPROMISO 8. Indicador 16: Porcentaje de hojas de reclamación y carteles que se facilitan al empresariado en el momento de su solicitud	90%	100%
COMPROMISO 8. Indicador 17: Porcentaje de carteles de tenencia de hojas de reclamaciones que se distribuyen en menos de 20 días desde su solicitud	100%	100%
COMPROMISO 9. Indicador 18: Sugerencias, reclamaciones y felicitaciones relativas a los servicios prestados por la OMIC (indicador informativo)	-	20
COMPROMISO 9. Indicador 19: Porcentaje de sugerencias, reclamaciones y felicitaciones relativas a los servicios prestados por la OMIC contestadas como máximo en 30 días	60%	100%
COMPROMISO 9. Indicador 20: Porcentaje de sugerencias, reclamaciones y felicitaciones relativas a los servicios prestados por la OMIC contestadas en menos de 2 meses.	100%	100 %



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

Tanto el texto actualizado de la carta de servicios, como los datos relativos a las sucesivas evaluaciones pueden encontrarse en el portal de transparencia del Ayuntamiento de Madrid, así como los resultados de las encuestas realizadas, ficha técnica, cuestionario y microdatos.

8.3. Sistema de Calidad conforme a la Norma UNE EN ISO 9001-2015 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 para la defensa de los derechos e intereses de las personas consumidoras.

Así pues, la actividad que se desarrolla en el mencionado servicio se establece bajo los conceptos de eficiencia en su política de calidad y seguimiento continuo de sus actividades, estableciendo para ello los siguientes requisitos:

- ◆ 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 9001:2015.

La certificación del Sistema de Gestión de la Calidad de esta organización es aplicable a las actividades de: “Servicio de control oficial de bienes, productos y servicios no alimentarios, mediante la inspección de establecimientos comerciales y actividades profesionales, la realización de actuaciones de investigación y la tramitación de expedientes sancionadores.”

En consecuencia, la actuación del Servicio de Inspección de Consumo se gestiona de forma ordenada, planificada y controlada, solicitando a su personal una constante mejora tanto en los procesos de sus actividades como en las actuaciones que lleva a cabo, a fin de alcanzar los objetivos y compromisos de calidad asumidos.

Anualmente se realiza una auditoría interna y otra externa en el Servicio, llevándose a cabo la auditoría interna el día 11 de mayo de 2023, en la que se detectó una observación que se han tenido en cuenta para su implantación en el sistema. La auditoría externa, realizada el 26 de junio de 2023 por el Instituto de Certificación ICDQ, reveló que se evidenciaba la eficacia del sistema, no siendo necesarias acciones correctivas, recomendando la certificación.

Encuesta de satisfacción del cliente

El Servicio de Inspección de Consumo tiene entre sus prioridades la mejora continua de sus servicios y alcanzar la plena satisfacción de las personas con las que se relaciona, sean físicas o jurídicas. Como consecuencia, requiere realizar un análisis en profundidad de la percepción que sus clientes tienen del servicio que prestan.

Como técnica de análisis se lleva a cabo una encuesta, con periodicidad bienal, correspondiendo la última al ejercicio 2021 y la siguiente ha correspondido a 2023. Estas encuestas tienen como objeto conocer el nivel de satisfacción con las actividades emprendidas por el Servicio de Inspección.

De los datos que se recaban en las encuestas se obtiene información del empresariado y personas reclamantes, valorando las actuaciones llevadas a cabo por la inspección, por la unidad de procedimiento sancionador y oficina municipal de investigación de consumo.

- El proceso de **inspección de consumo** ha obtenido una valoración superior a todos los años anteriores, siendo los principales puntos fuertes el trato del inspector y la Información facilitada para la corrección de deficiencias.
- El **procedimiento sancionador** ha obtenido una valoración muy por encima de lo obtenido en años anteriores. La principal fortaleza se halla en la atención sobre el procedimiento sancionador, y la claridad de exposición de los motivos de sanción.
- La **Oficina de Investigación de Consumo** ha obtenido una valoración global igualmente por encima de lo obtenido en años anteriores. Se consideran aspectos fuertes del proceso la identificación del órgano gestor en las comunicaciones y la claridad de las comunicaciones recibidas.

No obstante, a partir de los resultados de las encuestas analizadas, el Servicio de Inspección implanta sus mejoras.

Línea de acción IX

Actividad administrativa y ejecución presupuestaria

9.1. Actividad administrativa

➤ Sistema de Sugerencias y Reclamaciones (SyR)

Como instrumento que contribuye a potenciar la calidad de los servicios públicos prestados a la ciudadanía y detectar las posibles áreas de mejora, a través del SyR se han tramitado un total de **treinta y cuatro actuaciones** que se integran dentro del marco de este sistema. De las peticiones recibidas, algunas no eran objeto de este canal o bien se trataba de asuntos cuya competencia corresponde a unidades administrativas de otros órganos directivos, por lo que han sido devueltas para su reasignación.

Así, desde la unidad gestora de la Dirección General de Comercio, Hostelería y Consumo, en lo que se refiere a las competencias en materia de consumo, se han tramitado un número similar de sugerencias/reclamaciones al de ejercicios anteriores y muy bajo en relación con la cantidad de expedientes de consumo gestionados y la cantidad de ciudadanos afectados por la actuación de esta Dirección General.

Se desglosan de la siguiente manera:

- 9 reclamaciones de consumo, en vez de utilizar los cauces que existen para ello.
- 8 felicitaciones OMIC
- 5 quejas infundadas que se demuestran al consumidor (citas telefónicas que el consumidor no atiende, no recoge notificaciones)
- 5 notificaciones JAC, estaban realizadas de manera correcta.
- 3 retraso tramitación.
2 error en la Web.
- 1 queja por el trato recibido.
- 1 inadmitida por no ser competencia municipal

De este modo, veintiséis actuaciones se han calificado como reclamaciones, y 8 han sido calificadas como felicitaciones, encaminadas estas a encomiar el servicio prestado a la ciudadanía.

Dentro del marco propio de esta actuación y a instancias de la Dirección General de Transparencia y Calidad, dentro del primer trimestre, se ha elaborado el Informe anual de las sugerencias, reclamaciones y felicitaciones recibidas y tramitadas en nuestra unidad gestora del año vencido (2023), que tiene como objetivo identificar las áreas de mejora en los servicios y actuaciones municipales y establecer medidas para mejorarlos.

➤ Elaboración de memoria de actividades en materia de consumo para otras administraciones públicas

A instancias de la dirección general competente en materia de consumo en el ámbito de la Comunidad de Madrid y en cumplimiento del artículo 76.3 del Reglamento de la Ley 11/1998, de 9 de julio, de Protección de los Consumidores de la Comunidad de Madrid, aprobado por el Decreto 1/2010, de 14 de enero, del Consejo de Gobierno, se elaboró durante el primer trimestre del año la memoria de las actividades realizadas en el ejercicio 2022, para su remisión a la administración autonómica.

➤ Información para el Defensor del Pueblo

En el proceso de investigación de las quejas presentadas por la ciudadanía ante el Defensor del Pueblo y en virtud del principio de colaboración, la Dirección General de Comercio, Hostelería y Consumo ha emitido informe sobre **siete expedientes** remitidos para informe por dicha institución. Este proceso supone una supervisión a la actividad de las administraciones públicas, contribuyendo así a la mejora de la calidad de los servicios prestados.

9.2. Ejecución presupuestaria 2023

Programa presupuestario/ Aplicación presupuestaria		Crédito definitivo	Crédito disponible	Crédito autorizado	Obligaciones reconocidas	Ejecución (%)
493.00	CONSUMO	4.875.918,00	297.282,44	4.561.275,48	4.546.405,18	93,24
CAPÍTULO 1. Gastos de personal		4.875.918,00	297.282,44	4.561.275,48	4.546.405,18	93,24
22107	IMPRESOS Y FORMULARIOS	4.500,00	2.334,34	2.165,66	2.165,66	
22602	PUBLICIDAD Y PROPAGANDA	45.000,00	8.316,35	36.683,65	36.683,62	
22606	REUNIONES, CONFERENCIAS Y CURSOS	5.000,00	701,75	4.298,25	4.298,25	
22699	OTROS GASTOS DIVERSOS	3.837,00	2,84	3.834,16	3.834,16	
22706	ESTUDIOS Y TRABAJOS TÉCNICOS	205.037,00	138,78	187.538,14	187.108,71	
25100	TRABAJOS REALIZ POR UNIVERSIDADES PÚBLICAS	16.350	0,36	16.349,64	10.049,43	
26000	TRABAJOS REALIZ. POR INSTITUCIONES S.F. DE LUCRO	176.409,00	0,50	176.408,50	168.267,87	
Capítulo 2. Gasto Corriente		456.133,00	11.494,92	427.278	412.407,70	90,41