

**MEMORIA DE ACTUACIONES DEL
AYUNTAMIENTO DE MADRID EN
MATERIA DE CONSUMO 2016**

ÍNDICE

PREÁMBULO.....	5
LÍNEA DE ACCIÓN I.....	6
INFORMACIÓN Y ATENCIÓN A LAS PERSONAS CONSUMIDORAS	6
I.1. ATENCIÓN EN LA OFICINA MUNICIPAL DE INFORMACIÓN AL CONSUMIDOR (OMIC). 6	6
Información y orientación.....	6
Tramitación de reclamaciones y denuncias.....	7
Expedientes tramitados por la OMIC.....	7
Atención presencial a las personas consumidoras en las oficinas de OMIC	11
Aplicación informática para gestión de OMIC.....	12
Servicio de Asesoramiento de la Gestión de la Economía Doméstica.....	12
Observatorio de las reclamaciones de consumo.....	13
I.2. ACTIVIDADES DESARROLLADAS POR LA JUNTA ARBITRAL DE CONSUMO DEL AYUNTAMIENTO DE MADRID	13
Actividad de la Junta Arbitral de Consumo.....	14
Promoción de las comunicaciones por correo electrónico con empresas, así como con árbitros de las organizaciones de consumidores y empresariales. Difusión del Sistema Arbitral de Consumo.....	16
Conmemoración del trigésimo aniversario de la Junta Arbitral de Consumo.....	17
Implantación de una nueva aplicación informática para la Junta Arbitral.....	17
Arbitraje Turístico.....	17
I.3. INFORMACIÓN, DIVULGACIÓN Y COMUNICACIÓN SOBRE CONSUMO	17
Elaboración de material divulgativo	18
Actualización del contenido del espacio web corporativo sobre consumo.....	21
Campañas de información.....	22
Campañas de comunicación sobre consumo.....	24
Difusión en prensa y medios de comunicación	25
LÍNEA DE ACCIÓN II.....	26
FORMACIÓN EN CONSUMO	26
II.1. PROGRAMA DE FORMACIÓN EN CONSUMO.....	26
Acciones formativas dirigidas a las personas consumidoras	26
Acciones formativas dirigidas al empresariado. Campaña de visitas personalizadas a establecimientos comerciales.....	30
II.2. OTRAS ACTIVIDADES DE FORMACIÓN	31
Sesiones formativas en colaboración con otros servicios municipales.....	31
Colaboración con el Centro Integral de Formación de Seguridad y Emergencias (CIFSE).....	31
Actividades de formación dirigidas a otros colectivos	32
II.3. FORMACION ESPECIALIZADA EN MATERIA DE CONSUMO PARA LOS/LAS EMPLEADOS/AS DEL AYUNTAMIENTO DE MADRID.....	32
II.4. RESUMEN DE ACTIVIDADES FORMATIVAS PROGRAMADAS Y EN COLABORACIÓN CON OTROS SERVICIOS MUNICIPALES	33

LÍNEA DE ACCIÓN III.....	34
CÓDIGOS DE BUENAS PRÁCTICAS PARA LOS SECTORES EMPRESARIALES.....	34
Elaboración y edición de Códigos de Buenas Prácticas en nuevos sectores empresariales ..	34
Revisión y actualización de Códigos de Buenas Prácticas aprobados.....	34
Desarrollo del Plan de comunicación e implantación de Códigos de Buenas Prácticas.....	35
Número de establecimientos adheridos a Códigos de Buenas Prácticas	35
LÍNEA DE ACCIÓN IV	36
INVESTIGACIÓN Y CONTROL DE MERCADO	36
IV.1. PROGRAMA DE INVESTIGACIÓN	36
Acción de cesación contra tres academias	37
IV.2. ACTIVIDADES DE INSPECCIÓN	37
Actuaciones por denuncias o reclamaciones	38
Actuaciones en seguridad de los productos: Red de Alerta y toma de muestras	39
IV.3. ACTUACIONES SANCIONADORAS Y MEDIDAS PREVENTIVAS	39
LÍNEA DE ACCIÓN V	41
PARTICIPACIÓN, COLABORACIÓN Y COORDINACIÓN EN CONSUMO	41
V.1. COORDINACIÓN Y COLABORACIÓN INTERADMINISTRATIVA	41
Colaboración con los Distritos y otras unidades del Ayuntamiento de Madrid.....	41
Colaboración con el Centro Integral de Formación de Seguridad y Emergencias (CIFSE).....	42
Colaboración con la Dirección General de Transparencia y Atención a la Ciudadanía relativa a la Carta de Servicios de Cita previa.....	42
Participación en el proyecto “Ciudades amigables con las personas mayores”	42
Participación en órganos colegiados y grupos de trabajo municipales.....	43
Colaboración con la Dirección General de Comercio y Consumo de la Comunidad de Madrid	43
V.2. PARTICIPACIÓN CIUDADANA EN CONSUMO.....	44
El Consejo Municipal de Consumo.....	44
Colaboración con las organizaciones de consumidores	45
LÍNEA DE ACCIÓN VI	47
CONSUMO RESPONSABLE.....	47
VI.1. MADRID, CIUDAD POR EL COMERCIO JUSTO	47
El Foro Municipal de Comercio Justo	47
Actuaciones sobre Comercio Justo en 2016	48
VI.2 ELABORACIÓN PARTICIPATIVA DEL PLAN DE IMPULSO DEL CONSUMO SOSTENIBLE DE LA CIUDAD DE MADRID	50
Marco conceptual.....	50
Metodología y fases de elaboración del PICS.....	51
Estructura y contenido del PICS	52
Inicio de la ejecución del PICS en 2016	52
VI.3 OTRAS ACTUACIONES EN MATERIA DE CONSUMO RESPONSABLE.....	53
Fomento de la madera sostenible.....	53
Fomento de consumo de productos de la pesca sostenible certificada	54

LÍNEA DE ACCIÓN VII	55
TRANSPARENCIA Y CALIDAD EN LA ACTUACIÓN MUNICIPAL	55
VII.1 PUBLICIDAD ACTIVA	55
VII.2. PORTAL DE DATOS ABIERTOS.....	56
VII.3. CARTA DE SERVICIOS DE LA OMIC	56
VII.4. SISTEMA DE CALIDAD UNE EN ISO 9001:2008 DEL SERVICIO DE INSPECCIÓN DE CONSUMO.....	58
EJECUCIÓN PRESUPUESTARIA.....	60

PREÁMBULO

En este documento se resumen las actuaciones llevadas a cabo en materia de consumo durante el ejercicio 2016 por el Instituto Municipal de Consumo y los Distritos, en el desarrollo de las líneas de trabajo previstas en el Plan de Acción en materia de consumo 2016, enfocadas a la protección de los legítimos derechos de las personas consumidoras de Madrid, a través de distintos tipos de medidas.

El orden en el que se presentan los contenidos en esta memoria de actuaciones en materia de consumo 2016 es el siguiente:

- Línea de Acción I. Información y atención a las personas consumidoras.
- Línea de Acción II. Formación en consumo.
- Línea de Acción III. Códigos de Buenas Prácticas para los sectores empresariales.
- Línea de Acción IV. Investigación y control del mercado
- Línea de Acción V. Participación, colaboración y coordinación en consumo.
- Línea de Acción VI. Consumo responsable.
- Línea de Acción VII. Transparencia y calidad en la actuación municipal.

El último apartado de la Memoria recoge la ejecución presupuestaria del programa 493.00-“Consumo” del Presupuesto General del Ayuntamiento de Madrid 2016.

LÍNEA DE ACCIÓN I

INFORMACIÓN Y ATENCIÓN A LAS PERSONAS CONSUMIDORAS

La atención presencial se centra principalmente en la actividad desarrollada por la Oficina Municipal de información al consumidor (OMIC) y por la Junta Arbitral de Consumo.

La OMIC del Ayuntamiento de Madrid es un servicio con más de treinta años de funcionamiento continuado y que cuenta actualmente con una red de 22 oficinas, una sede Central y 21 oficinas de distrito, a las que pueden acudir las personas consumidoras para resolver de manera personalizada sus consultas, así como para la tramitación de sus reclamaciones y denuncias en materia de consumo.

La Junta Arbitral de Consumo del Ayuntamiento de Madrid, que ha celebrado en 2016 su trigésimo aniversario, proporciona a las personas consumidoras y a las empresas una vía extrajudicial, eficaz y gratuita, para la resolución de sus conflictos de consumo.

La colaboración con las asociaciones de consumidores permite el desarrollo de programas específicos de información en materia de consumo, como el de asesoramiento en la gestión de la economía doméstica, así como acercar dicha información a los lugares donde las personas consumidoras realizan sus compras, como es el caso de los programas de información en mercadillos y en ejes comerciales.

En lo que respecta a la información sobre consumo, la acción se basa en el desarrollo de materiales divulgativos sobre temas seleccionados y en la realización de campañas de sensibilización dirigidas a la ciudadanía en general. La divulgación se efectúa a través de distintos medios, dependiendo del caso de que se trate, que van desde la distribución de folletos en las oficinas de OMIC u otros servicios municipales o programas de información específicos, a la publicación de contenidos en la página web municipal, a la difusión a través de entrevistas en radio, redes sociales o la inserción de carteles en elementos de mobiliario urbano, todo ello con el objetivo de que las personas consumidoras conozcan mejor sus derechos como tales, facilitando así que puedan ejercer un consumo informado y responsable.

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

La OMIC del Ayuntamiento de Madrid abrió sus puertas en octubre de 1983, es decir, lleva 33 años al servicio de los madrileños. Conforme refleja su Carta de Servicios, aprobada en junio de 2008, los servicios que presta a la ciudadanía son, en síntesis, los siguientes:

Información y orientación

- Suministrar información general en materia de consumo respecto a bienes, servicios y suministros.
- Informar sobre los servicios que presta la OMIC.

- Asesorar y orientar sobre los organismos competentes para su resolución en aquellas materias específicas que excedan el ámbito de actuación de la OMIC.
- Facilitar a las personas interesadas información particular sobre el estado de tramitación de los expedientes de las reclamaciones y denuncias.

Tramitación de reclamaciones y denuncias

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

Expedientes tramitados por la OMIC

En el ejercicio 2016 la OMIC tramitó, en el conjunto de sus 22 oficinas, un total de 22.865 expedientes entre solicitudes de información, reclamaciones y denuncias. El 98,56% fueron reclamaciones, el 0,11% solicitudes de información y el 1,33% restante, denuncias.

Expedientes tramitados por la OMIC de Madrid Año 2016		
	Nº de expedientes	Porcentaje
Reclamación	22.536	98,56
Información	26	0,11
Denuncia	303	1,33
TOTAL	22.865	100

Del total de asuntos recibidos, el 53,59% fueron gestionados en la OMIC Central (12.253 expedientes) y el 46,41% restante (10.612 expedientes) en las oficinas de distrito, conforme a los criterios de reparto territorial y material de asuntos establecidos en la Instrucción de Coordinación del funcionamiento de la OMIC.

Los datos de expedientes gestionados en el conjunto de oficinas de OMIC del Ayuntamiento de Madrid, siguen manifestando la tendencia al descenso ya observada en años anteriores; en 2016 dicho descenso fue del 11,57%. Por tipo de asunto, las reclamaciones disminuyeron un 11,47% y las denuncias un 17,89%.

Los datos del número de expedientes de información registrados en la aplicación informática de gestión también sufrieron decremento que, en términos porcentuales, representa un 16,13%. Todo ello sin perjuicio de la información que se facilita a los consumidores a través de la atención presencial mediante el sistema de cita previa, ya que se da respuesta verbal e inmediata, en el momento de la atención, a la mayoría de las solicitudes de información, no quedando registradas dichas consultas y solicitudes de información en las estadísticas anteriormente reseñadas.

**Distribución de expedientes entre las distintas oficinas de OMIC
Año 2016**

	Nº de expedientes	Porcentaje
OMIC Central	12.253	53,59%
Centro	931	4,07%
Arganzuela	610	2,67%
Retiro	343	1,50%
Salamanca	830	3,63%
Chamartín	466	2,04%
Tetuán	546	2,39%
Chamberí	447	1,95%
Fuencarral-El Pardo	695	3,04%
Moncloa-Aravaca	264	1,15%
Latina	465	2,03%
Carabanchel	666	2,91%
Usera	308	1,35%
Puente Vallecas	545	2,38%
Moratalaz	300	1,31%
Ciudad Lineal	697	3,05%
Hortaleza	570	2,49%
Villaverde	422	1,85%
Villa de Vallecas	627	2,74%
Vicálvaro	133	0,58%
San Blas	605	2,65%
Barajas	142	0,62%
TOTALES	22.865	100

Haciendo un análisis más pormenorizado en relación a cuáles son los grupos y sectores a los que se refieren los asuntos planteados ante la OMIC, la mayoría de ellos (un 35,70%) corresponden al sector de los servicios (servicios financieros, reparación de vehículos, etc.), produciéndose en este ejercicio la novedad de que superan al grupo de los suministros que tradicionalmente venía siendo el mayoritario. Al grupo de los suministros correspondieron en 2016 el 32,63% del

total de reclamaciones, mientras que 23,36% se refirió a la compra de bienes. El resto (un 8,30%), son reclamaciones referidas a los sectores de alimentación, vivienda e información general, todos ellos con porcentajes considerablemente menores.

Distribución de asuntos por grupos. Año 2016		
	Nº de expedientes	Porcentaje
Servicios	8.163	35,70
Suministros	7.462	32,63
Bienes	5.341	23,36
Alimentación	1.511	6,61
Vivienda	383	1,68
Información	5	0,02
TOTAL	22.865	100

Comenzando por los servicios, el primer grupo en importancia desde el punto de vista cuantitativo en 2016, con algo más de 1/3 de las reclamaciones registradas, se constata que ha experimentado un ligero ascenso con respecto al año anterior, en cuanto al número de reclamaciones se refiere, que se cifra en el 2,32 %. Los servicios financieros, que engloban a las entidades bancarias y a las aseguradoras, con 1.667 expedientes se sitúan a la cabeza de este grupo, constituyendo un 20,42% del total del mismo, y han experimentado un descenso del 1,77% con respecto al ejercicio anterior. En segundo lugar cabe destacar las reclamaciones referidas a reparaciones de vehículos que, con 722 expedientes (un 10,23% más que el año 2015) y que suponen un 8,84 % del grupo. Finalmente las reparaciones domésticas totalizan 191 asuntos y sufren un decremento del 5,45%.

Sectores específicos destacados. Año 2016		
Servicios		
	Nº de expedientes	Porcentaje dentro del sector
Servicios financieros	1.667	20,42
Reparación de vehículos	722	8,84
Reparaciones domésticas	191	2,35
Otros	5.583	68,39
TOTAL	8.163	100

En lo que se refiere al grupo de los suministros destaca el importante descenso sufrido con respecto al año 2015, en el que se registraron 11.049 asuntos, frente a los 7.462 del ejercicio 2016, lo que supone 32,46 puntos porcentuales de disminución.



A pesar del considerable descenso consecutivo sufrido en los últimos ejercicios, y que en 2016 se cifró en un 28,41 % con respecto al año anterior, la telefonía móvil, con 3.445 expedientes continúa siendo el sector más reclamado, representando el 46,17% de las reclamaciones del grupo de los suministros. Le sigue en importancia cuantitativa la telefonía fija, que con 895 reclamaciones, es el 11,99 % del grupo de los suministros. También la telefonía fija sufre un descenso importante y mucho más pronunciado que en su vertiente móvil, ya que disminuyó un 52,57 % con respecto al año inmediatamente anterior.

Se observan también disminuciones importantes en cuanto a los suministros energéticos, un 41,08 % en el caso de la electricidad y un 26,89% en el del gas. En la siguiente tabla se reflejan las reclamaciones registradas en 2016 correspondientes a cada uno de estos sectores específicos y el porcentaje que éstas representan dentro del grupo.

Sectores específicos destacados. Año 2016		
Suministros		
	Nº de expedientes	Porcentaje dentro del sector
Telefonía móvil	3.445	46,17
Telefonía fija	895	11,99
Electricidad	885	11,86
Gases combustibles	492	6,59
Otros	1.745	23,39
TOTAL	7.462	100

Desde la OMIC del Ayuntamiento de Madrid, y en el ejercicio de la labor de mediación que le corresponde, se ha impulsado el mantenimiento de convenios y reuniones específicas con las principales empresas de suministros para facilitar y agilizar la gestión de reclamaciones y para buscar una solución conjunta a aquellos problemas detectados que hayan podido afectar a un colectivo numeroso de personas como, por ejemplo, las facturaciones de electricidad por consumos no contabilizados por los contadores por medición incorrecta o presunta manipulación de estos equipos, prestando especial atención a aquellos casos en los que se detectan situaciones de vulnerabilidad o pobreza energética.

Las reclamaciones debidas a la adquisición de bienes de consumo totalizaron 5.341 expedientes, aproximadamente un cuarto del total. Este valor supone un crecimiento del 4,07% con respecto al año anterior, en el que se registraron 5.132 reclamaciones sobre bienes. Dentro de este grupo, los sectores más reclamados desde el punto de vista cuantitativo fueron la compra electrónica y la adquisición de aparatos telefónicos, con 783 y 733 expedientes respectivamente, que en su conjunto se acercan al 30 % del grupo de la compra de bienes. Con respecto al año

anterior, destaca el incremento experimentado por la compra electrónica que alcanzó el 38,10%, mientras que las reclamaciones referidas a la adquisición de aparatos telefónicos manifestaron una tendencia contraria, al disminuir un 13,97% con respecto a 2015. Le siguen en importancia la compra de productos textiles, incluida la etapa de rebajas que, con 567 reclamaciones, se encuentra en un nivel muy similar al del pasado ejercicio. Finalmente, en el caso del sector de mobiliario-decoración se observa un incremento del 20,0 % con respecto al año anterior (425 expedientes), ya que en 2016 se registraron 510 expedientes sobre esta materia.

Sectores específicos destacados. Año 2016		
Bienes		
	Nº de asuntos	Porcentaje dentro del sector
Compra electrónica	783	14,66
Aparatos telefónicos	733	13,72
Textil	567	10,62
Mobiliario-Decoración	510	9,55
Otros	2.748	51,45
TOTAL	5.341	100

En 2016, se abrieron 1.511 expedientes referidos al sector de la alimentación. Frente a los 1.390 del año anterior, lo que representa un aumento del 8,71 %, tendencia que es inversa a la de los últimos ejercicios.

También se observa esta circunstancia en el caso de la vivienda que venía sufriendo un descenso importante en cuanto al número de reclamaciones desde el 2005 pero que, en el año 2016, ha dado lugar a la apertura y tramitación de 383 expedientes, sufriendo un incremento con respecto a 2015 del 25,16%.

Finalmente, se ha abierto expediente para 5 peticiones de información de carácter general sobre consumo, que han dado lugar a análisis y contestación por escrito. El resto de las solicitudes de información surgidas en la atención presencial a los consumidores se han atendido de manera inmediata, no quedando reflejadas en la aplicación informática de la OMIC dedicada al registro de la documentación y los trámites realizados en los expedientes que gestiona esta oficina especializada de atención a la ciudadanía.

Atención presencial a las personas consumidoras en las oficinas de OMIC

La OMIC ofrece atención presencial a las personas consumidoras para sus consultas en materia de consumo. En el caso de la OMIC Central se desarrolla en horario ininterrumpido de mañana y tarde, de lunes a jueves, y los viernes y mes de agosto sólo en horario de mañana.

Desde el año 2004 la OMIC Central funciona con cita previa para la atención personalizada a consultas y solicitudes de información en materia de consumo. La existencia de cita previa para esta atención personalizada se compatibiliza con la información general sobre como presentar una reclamación, que no requiere cita previa, así como la consulta de expedientes que se estén ya tramitando en la OMIC,

que es atendida por el personal técnico que tiene asignada la gestión del expediente concreto de que se trate directamente.

Actualmente se ofrece cita previa en la OMIC Central tanto para las labores de orientación jurídica en materia de consumo como para el programa de asesoramiento en la gestión de la economía doméstica. Durante el año 2016 se concertaron en la OMIC Central para ambos programas 4.365 citas (2.950 en el programa de orientación jurídica y 1.415 en el de asesoramiento en la gestión de la economía doméstica).

Además, se ha mantenido la atención presencial en los servicios que no requieren cita previa como son la información sobre la presentación de reclamaciones, solicitudes de arbitraje, documentación o la consulta sobre expedientes ya abiertos en la OMIC y petición de hojas del sistema unificado de reclamaciones. En total se atendieron presencialmente en la OMIC Central 7.998 personas (7.222 en horario de mañana y 776 en horario de tarde).

A ello hay que sumar los servicios de atención personalizada que se desarrollan en las oficinas de distrito que también funcionan con el mismo sistema de cita previa.

Tomando en conjunto las 22 oficinas con que cuenta la OMIC del Ayuntamiento de Madrid, se ha facilitado cita previa a través del sistema corporativo a 15.661 personas para atender sus consultas y solicitudes de información en materia de consumo.

Aplicación informática para gestión de OMIC

Durante el año 2016 se han retomado los trabajos para la renovación de la aplicación informática de la OMIC, basados en el desarrollo de un nuevo módulo, en el entorno de la plataforma SIGSA, como soporte para las necesidades de gestión y tramitación de expedientes en la OMIC. La nueva aplicación informática ha sido objeto de desarrollo propio por los equipos técnicos de Informática del Ayuntamiento de Madrid, aprovechando el extenso trabajo conjunto con técnicos del Instituto Municipal de Consumo y de los distritos, realizado en años anteriores, en lo que se refiere al modelo de datos, el registro de la información, los diagramas de flujo, la accesibilidad de la información para las distintas oficinas, la conexión con otras aplicaciones informáticas corporativas como el registro electrónico o el SIG, así como la comunicación con las empresas reclamadas por vía electrónica o el propio expediente electrónico. Para ello se han realizado una serie de reuniones de trabajo para ajustar los detalles necesarios para la puesta en marcha de esta nueva aplicación que se prevé en los primeros meses de 2017.

Se han revisado, en el curso de este proceso todos los modelos de comunicaciones con las personas consumidoras y las empresas en todas las fases de gestión de los expedientes, adaptándolas a las necesidades actuales e incorporando en ellas lenguaje inclusivo.

Servicio de Asesoramiento de la Gestión de la Economía Doméstica



Durante todo el año 2016, en la OMIC Central se ha continuado con la prestación de este servicio que se inició en octubre de 2014. Se trata de un servicio gratuito, confidencial e independiente a través del cual se pretende ayudar a los/as ciudadanos/as en el control de sus gastos para conseguir una mejor gestión de la economía familiar y evitar el sobreendeudamiento.

El programa se desarrolla a través de la colaboración de especialistas en materia económica y derechos de las personas

consumidoras designados por las asociaciones integradas en el Consejo Municipal de Consumo, que son los encargados de responder a las consultas formuladas por las personas consumidoras en temas de índole económica, poniendo además a su disposición en los casos que así lo requieran, la herramienta de cálculo del presupuesto familiar desarrollada específicamente para este programa.

Esta herramienta, también disponible en la web municipal, junto con una amplia colección de materiales divulgativos específicos de este programa, incorpora los diferentes conceptos de ingresos y de gastos habituales en una familia, y facilita, en base a la información aportada, un balance personalizado de la situación, así como conclusiones y recomendaciones en función de la situación económica particular.

Dentro de este mismo servicio, en 2016, se ha mantenido una intensa línea de colaboración con la Oficina de Intermediación Hipotecaria, actualmente Servicio de Emergencia Residencial, por el que se presta asistencia jurídica y se responde a las consultas formuladas por personas que han acudido previamente a dicha oficina pero que, por su situación particular, no pueden ser usuarios/as de los servicios de mediación con las entidades bancarias que presta el citado servicio y requieren información de naturaleza jurídica especializada.

Los convenios firmados con las asociaciones de consumidores para el ejercicio 2016 han hecho posible que, en fechas determinadas programadas, la atención a las consultas de los usuarios se realizase, en determinados días, también "in situ" en la sede de la extinta oficina de Intermediación Hipotecaria. No obstante, se ha mantenido la misma línea de colaboración que el año anterior con el actual Servicio de Emergencia Residencial, prestando asistencia jurídica e información sobre temas hipotecarios y de vivienda a las personas derivadas desde dicho servicio social que, a criterio de éste, requieren información de naturaleza jurídica especializada. Esta colaboración se ha complementado con la realización de una sesión formativa en temas hipotecarios para personal técnico de dicha oficina impartida por una abogada de una de las asociaciones de consumidores que colaboran en el programa.

Observatorio de las reclamaciones de consumo

La Oficina Municipal de Información al Consumidor ha realizado en 2016, las tareas necesarias para el cumplimiento de una de las acciones recogidas en el Programa de Gobierno de esta legislatura. Se trata del observatorio de las reclamaciones de consumo, que se ha planteado como un instrumento de análisis de las reclamaciones recibidas con objeto de determinar los sectores que son objeto de mayor número de reclamaciones y clasificando mediante el análisis particularizado de cada reclamación el motivo de la misma, y en su caso, adoptar las medidas correctoras o paliativas posibles. La medida prevé la elaboración de dos informes semestrales. En el ejercicio 2016 estos informes han estado referidos, en el primer semestre, al análisis de motivos de reclamaciones frente a las empresas comercializadoras eléctricas, mientras que en el segundo el informe se trató de un estudio comparativo de las reclamaciones al respecto de la facturación entre mercado libre y mercado regulado (Precio Voluntario al Pequeño Consumidor).

I.2. ACTIVIDADES DESARROLLADAS POR LA JUNTA ARBITRAL DE CONSUMO DEL AYUNTAMIENTO DE MADRID

El Sistema Arbitral de Consumo es el arbitraje institucional de resolución extrajudicial de conflictos, de carácter vinculante y ejecutivo para ambas partes, de las controversias surgidas entre personas consumidoras y las empresas o profesionales en sus relaciones de consumo.



Desde hace varios años, el Instituto Municipal de Consumo viene desarrollando un programa de actuaciones para el fomento de este sistema, con el objetivo de promover este medio de resolución eficaz de los conflictos de consumo.

Actividad de la Junta Arbitral 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. Los órganos arbitrales conocen de la controversia sometida a su consideración y dictan los laudos arbitrales, resoluciones extrajudiciales de obligado cumplimiento por las partes, que tienen valor de cosa juzgada.

Durante el año 2016 se han gestionado 1.266 solicitudes de arbitraje, un valor que es ligeramente superior al de 2015, en el que se tramitaron 1.249 solicitudes de arbitraje. Durante el ejercicio 2016 se han celebrado 535 vistas.

Las solicitudes de arbitraje recibidas procedieron en su mayor parte de la Oficina Municipal de Información al Consumidor, tanto de su sede Central (553 solicitudes) como de las distintas oficinas de distrito (552); 141 solicitudes de arbitraje fueron presentadas directamente por los consumidores, 17 se recibieron a través de otros organismos y 3 a través de asociaciones de consumidores.

Haciendo un análisis más pormenorizado por sectores, la distribución de las solicitudes de arbitraje se refleja en las dos tablas siguientes:

<i>Distribución de solicitudes por sectores. Año 2016</i>		
Sectores	Nº solicitudes	Porcentaje
Suministros	616	48,66
Servicios	383	30,25
Bienes	260	20,54
Vivienda	7	0,55
TOTAL	1.266	100

En la distribución de solicitudes de arbitraje por sectores destacan los suministros 48,66% del total, seguidos de los servicios con un 30,25% y de la adquisición de bienes con un 20,54%.

Dentro del grupo de los suministros, el dato más significativo son las 391 solicitudes relativas a telefonía móvil, que representan un 30,89% del total de asuntos gestionados en la Junta Arbitral de Consumo del Ayuntamiento de Madrid. En relación a las empresas del sector servicios, destacan las tintorerías-lavanderías (61 solicitudes), los talleres de reparación de automóviles (49 solicitudes) y la reparación de electrodomésticos, con 27 solicitudes. En cuanto a la compra de bienes cabe resaltar las 46 solicitudes de arbitraje relativas a la adquisición de aparatos telefónicos y 44 de electrodomésticos, electrónica e informática.

Distribución de solicitudes de arbitraje por sectores. Año 2016			
Sectores	Subsector	Nº solicitudes	Porcentaje respecto al total
Suministros	Telefonía móvil	391	30,89
Servicios	Tintorerías-Lavanderías	61	4,82
	Reparación automóviles	49	3,87
	Reparación electrodomésticos	27	2,13
Bienes	Aparatos telefónicos	46	3,63
	Electrodomésticos, electrónica e informática	44	3,48
Otros	Otros	648	51,18
TOTAL		1.266	100

Las vistas arbitrales celebradas dieron lugar a los siguientes resultados:

Resultado de las vistas celebradas		
Año 2016		
Resultado / Tipo de laudo	Número	Porcentaje
Estimatorio total o parcialmente	242	45,23
Desestimatorio	153	28,60
Conciliatorio	15	2,80
Archivo-Vía judicial cerrada	52	9,72
Archivo-Vía judicial expedita	9	1,68
Suspensión	21	3,93
Peritaje	3	0,56
Inhibitorio	40	7,48
TOTAL	535	100

Los órganos arbitrales que emiten dichas resoluciones son los designados por la Presidenta de la Junta Arbitral, los cuáles, en función de su composición, pueden ser unipersonales o colegiados. Durante el ejercicio 2016 han formado parte de los colegios arbitrales de la Junta Arbitral de Consumo del Ayuntamiento de Madrid 19 asociaciones de consumidores y 13 organizaciones empresariales, conforme a los convenios vigentes a tal efecto.

Teniendo en cuenta la composición de los órganos arbitrales, la distribución de resoluciones emitidas en la Junta Arbitral durante 2016 ha sido la siguiente:

Numero de órganos arbitrales. Año 2016

	Nº vistas	Porcentaje
Órgano colegiado	535	100
Órgano unipersonal	0	0
TOTAL	535	100

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

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

Así, en 2016 se ha continuado con el envío por correo electrónico de solicitudes de arbitraje, contestaciones y citaciones a audiencias arbitrales a las grandes operadoras de telefonía.

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

Asimismo, para fomentar el conocimiento y difusión del arbitraje entre las personas consumidoras y los establecimientos comerciales, desde el Instituto Municipal de Consumo se han llevado a cabo diferentes actuaciones:

- Edición del distintivo de empresas adherida al Sistema Arbitral de Consumo, con la inclusión de la nueva imagen corporativa del Ayuntamiento de Madrid, estando diseñado y producido para su fijación en el interior de los escaparates de los locales comerciales de las empresas adheridas. Su distribución entre las empresas adheridas, está prevista para el próximo ejercicio.
- Campaña de comunicación directa a nivel empresarial, desarrollado en los meses de abril y mayo de 2016, con el objetivo de fomentar el arbitraje de consumo como condición indispensable para la adhesión a los Códigos de Buenas Prácticas. Al final del año, el número total de empresas madrileñas adheridas al Sistema Arbitral de Consumo era de 3.022.
- Inclusión del arbitraje de consumo en los cursos celebrados para policías municipales en materia de consumo, en colaboración con el CIFSE y para funcionarios municipales como curso específico en el Programa de formación del Ayuntamiento de Madrid.



Conmemoración del trigésimo aniversario de la Junta Arbitral de Consumo

La celebración se articuló en torno al desarrollo de una campaña con tres ejes de actuación:

- Difusión de un CD en el que se recoge una selección de laudos dictados en los últimos años por los distintos Colegios Arbitrales que desarrollan su tarea en la Junta Arbitral municipal.
- Elaboración de un cartel conmemorativo que se difundió en 100 marquesinas de autobuses entre el 23 y el 29 de mayo.
- Como acto central, el día 20 de mayo de 2016, se celebró una jornada técnica en Centro-Centro Cibeles de Cultura y Ciudadanía, dedicada al arbitraje de consumo a la que asistieron profesionales de los servicios de consumo municipales, representantes de organizaciones empresariales y asociaciones de consumidores que han participado en colegios arbitrales y personal técnico de las administraciones Central, Autonómica y de otros municipios.

En dicha jornada intervinieron diversos ponentes, representantes de las Juntas Arbitrales de Consumo Nacional, Regional y Local, así como de las organizaciones empresariales y asociaciones de consumidores, los cuales con su experiencia y conocimiento, contribuyeron a enriquecer y dar contenido a la misma.

Implantación de una nueva aplicación informática para la Junta Arbitral

A lo largo del 2016 se han iniciado reuniones con Informática del Ayuntamiento de Madrid, al objeto de desarrollar una nueva aplicación informática para la tramitación de expedientes de arbitraje en el entorno SIGSA, con objeto de que su implantación pueda realizarse en el próximo ejercicio, en conexión con la que se está desarrollando en paralelo para la OMIC.

Arbitraje Turístico

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

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

Durante el ejercicio 2016 se han recibido en la Junta Arbitral del Ayuntamiento de Madrid 23 solicitudes en materia de arbitraje turístico; 16 en relación a agencias de viajes y 7 relativas a hostelería.

I.3. INFORMACIÓN, DIVULGACIÓN Y COMUNICACIÓN SOBRE CONSUMO

Durante el año 2016 se ha desarrollado un conjunto de actividades de divulgación y comunicación sobre consumo, entre las que destaca la edición de nuevos folletos y guías sobre temas específicos dirigidos a las personas consumidoras, además de la actualización de algunos ya existentes que, por su relevancia y/o las modificaciones legislativas surgidas ha sido necesario revisar. Otros materiales divulgativos son de nuevo desarrollo y se dirigen a distintos sectores empresariales buscando difundir

entre estos las obligaciones generales o específicas que deben cumplir en el ejercicio de su actividad comercial para el respeto de los derechos legalmente reconocidos a las personas consumidoras e impulsar a través de ello un comercio de calidad.

El acceso de las personas consumidoras a información actualizada y fiable sobre sus derechos es un objetivo esencial del Instituto Municipal de Consumo. Con esta finalidad, se han llevado a cabo diversas actuaciones de divulgación y comunicación en materia de consumo a través de la información general y sectorial incluida en la página web, la actualización de voces en el diccionario de consumo, además del impulso de campañas específicas de comunicación que combinan diversos elementos como notas de prensa, publicidad en mobiliario urbano e información a través del blog del Ayuntamiento de Madrid y las redes sociales.

Elaboración de material divulgativo

Como es habitual, se ha elaborado un conjunto de materiales divulgativos consistentes en folletos, guías, carteles de apoyo a las campañas informativas, códigos de buenas prácticas para su distribución a las empresas, además de un video promocional sobre consumo responsable. Esta labor responde al diseño de contenidos de nuevos materiales sobre temas de interés, o bien a la actualización y/o reedición de folletos o guías que ya existían con anterioridad, para acomodarlos a las modificaciones legislativas que se han producido y para avanzar en la incorporación de un lenguaje inclusivo en los textos.

Entre los materiales divulgativos de nueva elaboración cabe citar dos folletos dirigidos al sector empresarial: Servicios de Asistencia Técnica (SAT) y Tintorerías y Lavanderías, que forman parte de una serie, tiene por objeto facilitar a los empresarios el conocimiento de la normativa vigente en materia de consumo. Se han distribuido a través de las asociaciones empresariales sectoriales y en los propios establecimientos comerciales.

Por otra parte, cabe destacar, entre los folletos de nueva elaboración y edición, el referido al comercio justo, "Madrid, una ciudad comprometida con el Comercio Justo", con el que se pretende informar de manera sencilla y visual del significado y objetivos del Comercio Justo, con mención a la tipología de dichos productos.

En materia de arbitraje destaca la edición de un CD con una recopilación de los laudos más representativos dictados por los Colegios Arbitrales de la Junta Arbitral Municipal durante el periodo 2012-2014.

En lo que respecta a información sectorial específica destinada a las personas consumidoras cabe citar el nuevo folleto dedicado al sector que es objeto de mayor número de reclamaciones, la telefonía, al que se ha dedicado un cuadriplico con información sobre los aspectos más relevantes que deben tener en cuenta las personas consumidoras en la contratación de este servicio en sus vertientes fija y móvil. En ejecución del Plan de Atención al Turista se ha elaborado una guía en dos versiones: castellano e inglés que ha sido distribuida a través de la OMIC y de los servicios de turismo municipales.

En cuanto a las actualizaciones, además de las tradicionales guías de "Consumo en verano" y "Consumo en Navidad", se ha editado el tríptico informativo para empresarios/as sobre Códigos de Buenas Prácticas. También por su demanda en las campañas informativas que realiza el Instituto Municipal de Consumo en colaboración con las asociaciones de consumidores se procedió a la reedición de los folletos "Errores frecuentes en materia de consumo" y "La factura de la electricidad".

Como apoyo a las campañas de sensibilización y divulgación se han producido 4 carteles para su exhibición en mobiliario urbano y un video divulgativo.

En materia de Comercio Justo se procedió a la reimpresión del cartel del año anterior para la conmemoración del Día Mundial del Comercio Justo que tenía como lema "El

Comercio Justo marca una gran diferencia” y el hashtag #SoyComercioJusto. Se diseñó un nuevo cartel con motivo del mes “Fairtrade” y del Open Day.

A través de este nuevo diseño se pretende invitar a la ciudadanía a sumarse al Comercio Justo, como opción de consumo responsable. El cartel tiene la ilustración de una tableta de chocolate, uno de los productos emblemáticos del Comercio Justo. Dentro de cada una de sus onzas se recogen los principales criterios de Comercio Justo (protección del medio ambiente, igualdad de género, erradicación el trabajo infantil...).

Para la conmemoración el 15 de marzo del Día Mundial de los Derechos del Consumidor se edito un cartel para su exhibición en marquesinas de autobuses y se elaboró un video divulgativo, ambos fomentando los valores de un consumo sostenible.

La conmemoración del Trigésimo aniversario de la Junta Arbitral de Consumo, incluyó entre sus actividades la inserción de un cartel en marquesinas de autobuses diseñado al efecto.

A ello hay que sumar la edición y distribución en los sectores empresariales correspondientes de 6 Códigos de Buenas Prácticas referidos a distintos sectores.

El conjunto de materiales divulgativos producidos por el Instituto Municipal de Consumo en 2016 se resume en la siguiente tabla:

Folletos y guías

- ✓ Servicio de Asistencia Técnica (SAT).
- ✓ Tintorerías y Lavanderías.
- ✓ Guía básica de consumo para turistas (versión en inglés).
- ✓ Guía básica de consumo para turistas (versión en castellano).
- ✓ Telefonía fija y móvil.
- ✓ Madrid, una ciudad comprometida con el Comercio Justo.
- ✓ Recopilación de laudos dictados por los Colegios Arbitrales de la Junta Arbitral Municipal durante el periodo 2012-2014 (versión electrónica-formato CD).



Revisiones, actualizaciones y reediciones

- ✓ Guía consumo en verano.
- ✓ Guía consumo en Navidad.
- ✓ Código de Buenas Prácticas para empresarios/as.
- ✓ La factura de la luz. Estrategias para ahorrar en la factura de la electricidad.
- ✓ Errores frecuentes en materia de consumo.
- ✓



Carteles para mobiliario urbano y material de apoyo para campañas

- ✓ Cartel para la promoción del consumo responsable Día Mundial de los derechos del consumidor.
- ✓ Video divulgativo sobre consumo responsable para su difusión en el Día Mundial de los derechos del consumidor.
- ✓ Cartel para el Día Mundial del Comercio Justo.
- ✓ Cartel conmemorativo del 30º Aniversario de la Junta Arbitral de Consumo del Ayuntamiento de Madrid.
- ✓ Cartel para promover el Comercio Justo coincidiendo con el mes "Fairtrade" la jornada del Open Day del Comercio Justo.



Códigos de Buenas Prácticas

- ✓ Código del sector de Hostales.
- ✓ Código del sector del Comercio de Textil.
- ✓ Código del sector de Restauración y Ocio Nocturno.

- ✓ Catálogo del sector de Restauración y Ocio Nocturno.
- ✓ Código del sector de Tintorerías y Lavanderías.
- ✓ Código del Sector de Reparación de Electrodomésticos.

Todos estos materiales divulgativos están disponibles en soporte electrónico dentro del apartado "Publicaciones" del espacio temático de consumo de la web municipal y la mayoría de ellos también en formato impreso.

Actualización del contenido del espacio web corporativo sobre consumo

En lo que respecta a la información al consumidor en la web municipal (www.madrid.es/consumo) se han realizado actualizaciones de los contenidos de la OMIC dedicados a información sectorial. En 2016 se ha abordado la revisión en profundidad de determinados espacios de información sectorial y, así, se ha procedido a la reforma estructural y de contenido de los dedicados a vehículos a motor y a servicios bancarios.

Se ha incluido toda la información relativa a la evaluación de la carta de servicios (informe de evaluación, informe relativo a los indicadores de evaluación ciudadana del servicio, áreas de mejora, texto revisado de la carta y folleto) y se ha actualizado, incorporando nuevos materiales, el especial informativo dedicado al programa de asesoramiento en la gestión de la economía doméstica.

En total este proceso ha comportado 211 actualizaciones de la web, tal y como refleja el correspondiente indicador presupuestario y de la carta de servicios de la OMIC.

Otras actualizaciones se han referido al espacio dedicado a las asociaciones de consumidores, en lo que respecta a la composición de los vocales del Consejo Municipal de Consumo.

El *Diccionario de Consumo*, accesible en la web, contiene actualmente en torno a 320 voces ordenadas alfabéticamente. Durante el año 2016 se han realizado dos actualizaciones semestrales, lo que ha conllevado al análisis de 48 disposiciones generales relacionadas con la protección de las personas consumidoras, que han sido publicadas a lo largo del ejercicio en los Boletines Oficiales de la Unión Europea, del Estado, de la Comunidad de Madrid y del Ayuntamiento de Madrid. Como consecuencia de ello, se han incorporado al Diccionario de Consumo 11 modificaciones de contenido y se han añadido las 8 nuevas voces siguientes:

- Autoconsumo [suministro energía eléctrica].
- Biocombustible [utilización de combustibles renovables con fines de transporte].
- Comisión [facultad general de la empresa; referencia adicional a la prohibición de doble comisión por reintegro en cajero desde enero 2016].
- Dato personal [con alusión al denominado *derecho al olvido*].
- Embargo [especial referencia a los límites de embargabilidad de salarios y pensiones].
- Estafa [desde julio de 2015 constituye agravante cuando afecta a un número elevado de personas].
- Hipoteca [protección de personas en circunstancias de especial vulnerabilidad y Oficina de Intermediación Hipotecaria del Ayuntamiento de Madrid].
- Segunda oportunidad [medidas implementadas a favor de determinados deudores hipotecarios].

En lo que se refiere a los contenidos sobre arbitraje de consumo, la Junta Arbitral municipal ha procedido a actualizar los referentes al listado de empresas adheridas al sistema arbitral de consumo, impresos y documentación complementaria.

Con motivo de la conmemoración su trigésimo aniversario se publicó el CD de recopilación de laudos arbitrales y se difundió este servicio en espacios de mobiliario urbano, elaborándose una nota de prensa y contenidos para el blog diario.madrid y redes sociales.

Otro de los espacios que ha sido objeto de revisión es el dedicado a Códigos de Buenas Prácticas, con la incorporación de los nuevos códigos aprobados, sus respectivos protocolos de autocontrol y documentación asociada, además del nuevo tríptico destinado divulgativo. Cabe destacar también la permanente actualización de los datos de empresas adheridas a los diferentes códigos sectoriales.

En lo que respecta al Comercio Justo, se realizó una nueva configuración de la página que ahora incluye dos apartados con información sobre eventos y acciones realizadas en la ciudad y de buenas prácticas de otras ciudades. Se actualizó durante el primer trimestre la información sobre los establecimientos que tienen a la venta productos de comercio justo y los de hostelería y restauración que los sirven. Se editaron varios materiales específicos para el Día Mundial de Comercio Justo (DMCJ) y para el Open Day -diseño de postales electrónicas y redacción de noticias para el espacio web del Ayuntamiento (Diario.es)- y se publicaron las correspondientes noticias coincidiendo con las actividades programadas como el DMCJ o el Open Day. En concreto se han realizado las siguientes publicaciones:

- Postcard DMCJ 2016: ¿Sabías que Madrid es una Ciudad por el Comercio Justo? #SoyComercioJusto
- Postcard Open Day 2016. Alianza local a favor del Comercio Justo.

También en el espacio web del Ayuntamiento de Madrid dedicado al Comercio Justo se han publicado varias noticias y artículos, destacando la de 7 eventos con presencia del Comercio Justo realizados en espacios públicos del Ayuntamiento de Madrid (Día Universal de la Infancia, Open Day de Comercio Justo, Día Internacional de la Mujer y Comercio Justo, IV Feria de Economía Solidaria, Celebración del Día Mundial del Comercio Justo, taller de comercio justo y equidad de género en la programación del Día Internacional contra la Violencia de Género y actividades durante las fiestas navideñas).

Se ha utilizado el "Destacamos" del espacio de consumo de la web corporativa para ir publicando en él las campañas de comunicación que se han realizado desde el Instituto Municipal de Consumo, asociando a estos espacios textos y otros documentos como folletos, carteles, notas de prensa o enlaces a redes sociales.

Finalmente, en el portal de Gestiones y Trámites del Ayuntamiento de Madrid se han actualizado los contenidos referidos a información, reclamaciones/denuncias ante la OMIC, Solicitud de adhesión a Códigos de Buenas Prácticas y el de Oferta Pública de Adhesión al Sistema Arbitral de Consumo, adaptando todos los impresos en cuanto a las direcciones y sedes de las distintas oficinas de la OMIC y de la Junta Arbitral de Consumo y a las modificaciones legislativas producidas.

Campañas de información

Además de poner a disposición de las personas consumidoras distintas publicaciones sobre sus derechos, el Instituto Municipal de Consumo desarrolla acciones de información directa a la ciudadanía, a través de la realización de campañas de información y eventos en materia de Consumo. En 2016 se han realizado los siguientes:

- Información en ejes comerciales

Entre las actividades del Día Mundial de los Derechos del Consumidor, el 15 de marzo, se instalaron 8 puntos informativos, 5 en zonas con amplia actividad comercial y 3 en mercados municipales. Los puntos informativos en zonas comerciales correspondieron a los distritos de Centro, Puente de Vallecas, Latina, Salamanca y Tetuán.

Estos puntos estuvieron atendidos por personal técnico de las asociaciones de consumidores integradas en el Consejo Municipal de Consumo. En ellos se repartió material divulgativo elaborado por el Instituto Municipal de Consumo y por las asociaciones y se atendieron consultas de los/as ciudadanos/as referidas a esta materia.



En mercados municipales, se instalaron tres puntos de información: uno en el mercado de Tetuán, otro en el mercado de Puente de Vallecas y otro en el mercado de Alto de Extremadura.

Desde el año 2009 se desarrolla esta actividad que forma parte de un programa más amplio de información en ejes comerciales, a través del cual las asociaciones de consumidores, conforme al convenio existente al efecto instalan puntos informativos en fechas señaladas en zonas comerciales con mayor afluencia de público. Como son 8 las asociaciones de consumidores integradas en el Consejo Municipal de Consumo, se instalan otros tantos puntos cada uno de ellos atendidos por una de ellas, y distribuidos en distintas zonas comerciales de la ciudad. En total el programa de ejes comerciales comporta 4 días por asociación, en horario de 10 a 15 horas, lo que supone un total de 20 horas de información sobre consumo en ejes comerciales por asociación.

- Instalación de puntos informativos sobre consumo en mercadillos

Se han instalado en 16 mercadillos municipales, repartidos por 12 distritos, con el objetivo de ofrecer información básica sobre consumo a sus usuarios/as. Los mercadillos se seleccionaron en coordinación con la Dirección General de Comercio y Emprendimiento del Ayuntamiento de Madrid.

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

Relación de mercadillos municipales en los que se desarrolló el Programa de Información en Mercadillos. Año 2016

Distrito	Mercadillo
Centro	Parque de la Cornisa
Fuencarral-El Pardo	Santa Ana
Puente de Vallecas	Fontarrón
	Ronda del Sur
	Aragoneses
Ciudad Lineal	Santa Genoveva

Relación de mercadillos municipales en los que se desarrolló el Programa de Información en Mercadillos. Año 2016

	Gandhi
Usera	Orcasur
Hortaleza	Alcorisa – C/Silvano Camino de la Estación
Carabanchel	Vía Lusitana
Villa de Vallecas	Sierra Gorda
Vicálvaro	San Cipriano
San Blas-Canillejas	Arcos del Jalón
Tetuán	Marqués de Viana
Villaverde	Ciudad de los Ángeles

Campañas de comunicación sobre consumo

La actividad de información se ha complementado con el desarrollo de determinadas campañas singulares orientadas a la divulgación general o específica en materia de consumo y a la sensibilización de la ciudadanía para la promoción del consumo responsable, así como de la conmemoración de determinadas fechas o eventos.

Tales campañas se han realizado utilizando diversos medios como la exhibición de carteles en elementos de mobiliario urbano, la inserción de contenidos en la web corporativa y en el blog diario.madrid.es, así como notas de prensa, entrevistas de radio y contenidos en redes sociales. Entre estas campañas cabe destacar las siguientes:

- **Día Mundial de los Derechos del Consumidor.** Para su conmemoración además de la instalación de puntos informativos en 8 ejes comerciales, se realizó una campaña en un circuito de marquesinas de autobuses del 14 al 20 de marzo en el que con un diseño muy sencillo se destacaban valores que, aplicados al consumo sostenible sirven como elemento de transformación social. En apoyo de esta campaña se elaboró un video de fomento del consumo de productos que incorporan criterios de sostenibilidad en su producción y distribución, tanto desde el punto de vista ambiental como social. Además se participó con una ponencia en la jornada conmemorativa organizada en Valladolid por la Junta de Castilla y León y el 15 de marzo.
- **Trigésimo Aniversario de la Junta Arbitral de Consumo.** Para difundir entre los consumidores el Sistema Arbitral de Consumo, con motivo de la celebración del 30º Aniversario de la Junta Arbitral Municipal, se ha desarrollado una Campaña en marquesinas del 23 al 29 de mayo, que se complementa con una jornada técnica y la edición de un CD recopilatorio de laudos arbitrales.
- **Día Mundial del Comercio Justo.** Se celebra cada año el segundo sábado del mes de mayo. Para su conmemoración se desarrollan distintas actividades que permitan acercar a la ciudadanía el valor social de los productos de Comercio Justo, acompañados de una campaña de comunicación a través de la publicación de una nota de prensa, contenidos en el blog del Ayuntamiento

de Madrid y difusión en redes sociales, además de una campaña en marquesinas de autobuses que estuvo expuesta del 16 al 22 de mayo.

- **Fomento de la pesca sostenible certificada.** Fruto del convenio de colaboración existente con la organización internacional Marine Stewardship Council se exhibió un cartel en marquesinas durante la semana comprendida entre el 6 y el 12 de junio y, en una segunda oleada, del 21 al 27 de noviembre.
- **Campaña "Vuelta al cole".** En fechas previas al inicio del curso escolar, se difundieron a través de la portada de los contenidos de consumo de la web municipal dos materiales divulgativos preparados en ejercicios anteriores con recomendaciones de consumo sostenible referidos a la compra de material escolar y otros aspectos que tienen incidencia en esta época del año. Se trata de un tríptico y un desplegable con 10 consejos básicos, que formaron parte de un contenido específico desarrollado para web.
- **Open day de Comercio Justo.** Esta campaña, que se realizó en el mes de octubre incluyó un conjunto de eventos, que se describen posteriormente en el espacio dedicado al Comercio Justo y dio lugar a la publicación de una nota de prensa, así como de un promocional en la web corporativa. Se complementó con la exhibición de carteles en mobiliario urbano del 3 al 9 de octubre.

Difusión en prensa y medios de comunicación

Se han publicado en la web corporativa en apoyo de las campañas anteriores o relativas a asuntos generales o específicos de consumo 8 notas de prensa, 3 contenidos para el blog del Ayuntamiento de Madrid, 2 para Diario Madrid y se han realizado, además de varias intervenciones y entrevistas en radio.

LÍNEA DE ACCIÓN II

FORMACIÓN EN CONSUMO

El Programa anual de formación en materia de consumo es el instrumento a través del cual se articulan las actividades formativas dirigidas tanto a las personas consumidoras como a los establecimientos comerciales. A lo largo del tiempo, dentro de los programas anuales de formación se ha ido integrando un conjunto extenso y creciente de acciones formativas adaptadas en cuanto a su formato y contenidos al público al que van destinadas y a la edad y características de los participantes.

Tradicionalmente, además de esta actuación programada se realizan acciones específicamente diseñadas para otros colectivos municipales que puntualmente solicitan formación de carácter general o sectorial en materia de consumo, dedicándose este año 2016 estas sesiones formativas al colectivo de la Policía Municipal.

Por otra parte, como es habitual, desde el Instituto Municipal de Consumo se programan anualmente un conjunto de cursos específicos sobre consumo para los/as trabajadores/as municipales, de carácter general o sectorial, que son una actuación esencial para la actualización de conocimientos sobre la normativa general y sectorial en lo que afecta a la protección de los derechos de los consumidores. En 2016 se han realizado 8 cursos de formación con una capacidad de asistentes de 160 plazas.

II.1. PROGRAMA DE FORMACIÓN EN CONSUMO

Acciones formativas dirigidas a las personas consumidoras

El Programa de formación 2016 contemplaba una amplia oferta de acciones formativas, especialmente dirigida a los colectivos que, conforme a la normativa vigente, deben ser objeto de especial protección, es decir: escolares, personas discapacitadas, inmigrantes y los mayores.

En el conjunto de estas actividades formativas, integradas en el programa de formación de consumo, 1.228 han estado dirigidas a personas consumidoras pertenecientes a alguno de los colectivos anteriormente citados. En el conjunto de estas acciones formativas han participado un total de 28.170 personas.

Las acciones se han desarrollado en 104 centros escolares, 15 centros de inmigrantes y personas discapacitadas, 16 centros de educación de adultos y 21 centros municipales de personas mayores, distribuidos en todos los distritos de la ciudad. Los tipos de acciones formativas dirigidas a personas consumidoras han sido los siguientes:

- **Talleres de consumo**

Son actividades educativas que se desarrollan en la escuela en las que se tratan temas monográficos de consumo. La oferta formativa abarca todos los niveles del ciclo educativo, desde la educación infantil al bachillerato y su formato es el de taller práctico buscando la interacción con los/as alumnos/as participantes. Con estos talleres se busca una formación específica sobre consumo desde la infancia y constituye un complemento a la enseñanza reglada.

El número total de talleres celebrados en 2016 ascendió a 1.116, en los que participaron 23.784 alumnos/as. Las temáticas de los talleres desarrollados las eligieron los propios centros dentro de una variada oferta, que se indica a continuación y que incorpora, como novedad, varias temáticas referidas al fomento del consumo sostenible y la economía social, en cumplimiento de las acciones previstas en el Plan de Impulso del Consumo Sostenible de la ciudad de Madrid.

Talleres de consumo
Comercio Justo
Consumo responsable
Gestión de la economía doméstica personal y familiar
Las redes sociales y su utilización
Economía social y solidaria
Nuevas tecnologías y comercio electrónico
Ocio, juegos y juguetes
La trazabilidad de lo que consumimos. Sellos, certificaciones
Publicidad y medios de comunicación
Reclamaciones y denuncias de consumo
Banca y servicios financieros
Saber comprar
Salud y seguridad de los productos
Suministros básicos
Reclamaciones y denuncias de consumo

Como complemento necesario del Programa de Asesoramiento en la Gestión de la economía doméstica, y con objeto de formar a las nuevas generaciones, se ha mantenido dentro de las temáticas ofertadas la dedicada a enseñar a los escolares a gestionar mejor su propio presupuesto personal. De esta materia específica se desarrollaron un total de 59 talleres, 48 de ellos impartidos en grupos de enseñanza primaria, 11 de enseñanza secundaria. Estos talleres específicos han tenido buena acogida como demuestra la valoración obtenida de 4,76 puntos sobre 5.

En cuanto a las temáticas de Comercio Justo y consumo responsable, se han realizado 236 talleres de consumo responsable en diferentes ciclos educativos y 84 talleres específicos de Comercio Justo. Entre ellos, es novedosa en este ejercicio 2016 la participación del Instituto Municipal de Consumo en la Feria del día Universal de la Infancia, el día 5 de noviembre, con la realización de 6 talleres denominados "Comercio Justo: juega limpio".

Al término de cada taller cada centro rellena una ficha de evaluación de los resultados y desarrollo. La evaluación efectuada arroja una valoración media para el conjunto de los talleres de 4,63 puntos sobre 5, lo que permite concluir que existe un grado notable de satisfacción de los destinatarios y que esta actividad formativa ha cumplido las expectativas de los centros solicitantes.

- **Gymkhanas de consumo**

Se trata de una acción formativa que se dirige especialmente a los colectivos de las personas discapacitadas e inmigrantes. En la gymkhana se plantea la realización práctica de varias pruebas que debe superar los/as 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 2016 se han desarrollado 4 gymkhanas de consumo, con un total de 65 personas participantes. En la evaluación efectuada por éstos se otorga una puntuación media de 4,68 puntos sobre 5.

- **Supermercado itinerante**

Esta es una de las actividades más demandadas por su formato especialmente práctico e interactivo, que consiste en la representación de un supermercado. En ellas reciben información sobre diversos aspectos relativos a la compra: tipos de alimentos, presupuesto previo, la lista de la compra, el tique de caja y la interposición de una reclamación, entre otros temas. Va dirigido a los colectivos de personas inmigrantes o discapacitadas. Se desarrollaron un total de 17 supermercados, con 278 participantes. En la evaluación efectuada se le otorga una puntuación media de 4,71 sobre 5.

- **Actividades para mayores**

Consisten en la instalación de puntos informativos sobre consumo en los centros municipales de personas mayores. La acción se realiza en 21 centros, uno por cada distrito, en los que durante tres horas un/a técnico/a 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 "*Los mayores y el consumo*", que fue revisada íntegramente el año anterior, y 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 responsable, transportes, bancos, electricidad, gases combustibles y compras a través de Internet, entre otros. Se distribuyeron 2.100 guías.

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

Centros de mayores participantes en el Programa de Formación Año 2016

Centro Municipal	Distrito	Centro Municipal	Distrito
Dos Amigos	Centro	Arturo Rejuelo	Usera
Pérez Galdós	Retiro	Luca de Tena	Arganzuela
La Guindalera	Salamanca	Moratalaz	Moratalaz
La Remonta	Tetuán	San Benito	Hortaleza
Campamento	Latina	Príncipe de Asturias	Ciudad Lineal
Ginzo de Limia	Fuencarral-El Pardo	Nuestra Sra. de los Ángeles	Villaverde
Infante Don Juan	Moncloa-Aravaca	Villa de Vallecas	Villa de Vallecas
Vicálvaro	Vicálvaro	Ciudad Pegaso	San Blas-Canillejas
Blasco de Garay	Chamberí	Pablo Neruda	Puente de Vallecas
Francisco de Goya	Carabanchel	Teresa de Calcuta	Barajas
Castilla	Chamartín		

A las personas consumidoras atendidas en los puntos de información se les ha solicitado rellenar una breve encuesta con la que se intenta, por un lado, recoger datos sobre las cuestiones de consumo que más incidencia tienen en el colectivo de personas mayores y, por otro, acercarles la información sobre cómo ejercer sus derechos en materia de consumo.

Los datos de las 476 encuestas realizadas indican que ha habido una mayor participación de mujeres un 60% frente al 40% de varones. 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.

El 56,50% de los mayores no sabe cómo formular una reclamación y un 69% no conoce la forma de solicitar información sobre consumo. En torno al 55% de las personas mayores encuestadas solicita que se les informe de ésta y otras cuestiones sobre consumo en los Centros de Mayores. Estos datos ponen de manifiesto la importancia de insistir en acciones formativas e informativas para este colectivo y de incluir dentro de las prestaciones municipales servicios de apoyo que faciliten la presentación de reclamaciones y otros trámites a estos colectivos.

- **Sesiones formativas para personas adultas**

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

- Los derechos generales de las personas consumidoras
- El Sistema Arbitral de Consumo

- Publicidad y medios de comunicación
- Consumo responsable
- Comercio Justo
- La economía social y solidaria
- Las cooperativas de consumo
- Finanzas éticas
- La trazabilidad de los que consumimos. Sellos y certificaciones
- Nuevas tecnologías y comercio electrónico
- Gestión de la economía doméstica
- Salud y seguridad de los productos
- Suministros básicos: electricidad, agua y gas
- Banca y servicios bancarios
- Saber comprar
- Ocio, juegos y juguetes

Se realizaron un total de 70 sesiones formativas, en 16 centros de formación de personas adultas de la ciudad de Madrid. Estas sesiones formativas contaron con 1.467 asistentes. El mayor número de ellos/as ha elegido la temática de "Gestión de la economía doméstica" Su evaluación global arrojó una puntuación de 4,80 puntos sobre 5.

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

Dentro del programa anual de formación, se realiza tradicionalmente una campaña informativa dirigida a establecimientos comerciales, que se desarrolla a través de visitas personalizadas a los establecimientos en zonas seleccionadas de la ciudad.

Los objetivos principales de esta campaña son:

- 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 éstas las hojas de reclamaciones oficiales y mostrar en lugar visible el cartel informativo de su disponibilidad.
- Informar sobre el Sistema Arbitral de Consumo, sus ventajas y compromisos, 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 hace entrega al establecimiento comercial de una carpeta con documentación general relativa a los temas anteriormente citados.

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

En el Programa de Formación en Consumo 2016 se han realizado visitas personalizadas a 700 establecimientos. Las zonas de actuación seleccionadas en coordinación con la Dirección General de Comercio y Emprendimiento han sido los distritos de Moncloa-Aravaca, Carabanchel, Chamartín, Centro y Moratalaz.

Del total de 700 establecimientos visitados, el 97% disponía de hojas de reclamaciones y el 95% cartel informativo y al resto se les ha facilitado información

sobre como solicitarlas y obtenerlas gratuitamente. En cuanto al Sistema Arbitral de Consumo, un 29% reconoce saber en qué consiste, aunque únicamente un 8% se encontraba ya adherido al Sistema Arbitral de Consumo. A los comercios restantes se les ha facilitado información general sobre este sistema y la documentación necesaria para la solicitud de adhesión. De los establecimientos visitados, 350 pertenecen a un sector que dispone de Código de Buenas Prácticas, de los cuales el 7% estaban ya adheridos al código sectorial correspondiente, por lo que se ha facilitado información a los 325 restantes.

Programa de formación en consumo. Año 2016					
Destinatarios	Tipo de acción	Nº de acciones	Nº participantes	Hombres	Mujeres
Personas Consumidoras	Talleres de consumo	1.116	23.784	12.091	11.693
	Gymkhanas de consumo	4	65	40	25
	Supermercado itinerante	17	278	167	111
	Sesiones formativas para personas adultas	70	1.467	777	690
	Sesiones en centros municipales de personas mayores	21	2.576	192 ¹	284 ²
Representantes empresariales	Visitas a establecimientos comerciales	700	700		
TOTALES		1.928	28.870		

II.2. OTRAS ACTIVIDADES DE FORMACIÓN

Sesiones formativas en colaboración con otros servicios municipales

– Colaboración con el Centro Integral de Formación de Seguridad y Emergencias (CIFSE)

Durante el ejercicio 2016 se han realizado dos tipos jornadas formativa, la primera de ellas, el 3 de febrero dirigida a agentes de la Policía Municipal (2 ediciones una para turno de mañana y otra de tarde) y la segunda a suboficiales (2 de junio). Ambas fueron impartidas por personal técnico del Instituto Municipal de Consumo y se desarrollaron en la sede del CIFSE.

El objetivo de la formación de los agentes de policía es promover una acción coordinada con la Policía Municipal, que resulta esencial en la acción inspectora, especialmente en lo que concierne a la retirada del mercado de productos incluidos en redes de alerta, por resultar inseguros para las personas consumidoras y, como segundo objetivo más amplio, se pretende que todos los miembros de este cuerpo que colaboran en determinadas campañas de inspección de consumo cuenten con la formación básica necesaria para su correcta ejecución.

¹ Este dato procede de las 476 encuestas realizadas en los centros de mayores.

² Este dato procede de las 476 encuestas realizadas en los centros de mayores.

La otra jornada, dirigida a suboficiales, estuvo integrada dentro del curso de promoción interna. Tuvo una duración de 5 horas y a ella asistieron 10 agentes. Estos cursos tienen vocación de continuidad durante los próximos ejercicios, cuando se constate una amplia demanda de sus destinatarios. A las actividades formativas descritas asistieron 231 policías municipales.

- **Actividades de formación dirigidas a otros colectivos**

Además de las actividades en establecimientos comerciales que se incluyen en el Programa de Formación en materia de consumo 2016, se realizan actividades formativas destinadas a otros colectivos. En concreto, en 2016, se dirigió una jornada organizada por el PSOE-Latina sobre "Auge y riesgos de los préstamos rápidos" que contó con 12 asistentes y se impartió una sesión destinada a personal técnico de la FEMP sobre comercio electrónico a la que asistieron un total de 28 personas.

II.3. FORMACION ESPECIALIZADA EN MATERIA DE CONSUMO PARA LOS/LAS EMPLEADOS/AS DEL AYUNTAMIENTO DE MADRID

Con carácter anual, el Instituto Municipal de Consumo, en colaboración con la Escuela de Formación del Ayuntamiento de Madrid desarrolla cursos dirigidos al conjunto de trabajadores/as municipales cuyo cometido tiene relación con los servicios que el Ayuntamiento de Madrid presta en materia de consumo.

Esta labor de formación continua tiene como objetivo dotar a los/as empleados/as municipales de un nivel de conocimiento y capacitación técnica óptima para el desarrollo de su labor diaria de atención a las personas consumidoras a través de la OMIC y en las labores de inspección y de arbitraje.

En el año 2016, las labores formativas específicas en materia de consumo, cuya programación y coordinación correspondió al Instituto fueron las siguientes:

Formación en materia de consumo para empleados/as del Ayuntamiento de Madrid. Año 2016			
Título del curso	Ediciones	Nº de horas	Nº de alumnos/as
Agencias de Viajes, viajes combinados, transporte aéreo y terrestre.	2	15	40
Arbitraje de consumo. Regulación normativa	1	15	20
Condiciones Generales y Cláusulas Abusivas	1	21	20
Compra y Alquiler de Viviendas. Ley de propiedad Horizontal	1	15	20
Comercio Online	1	21	20
Ley 3/2014. Modificación del Texto Refundido	2	21	40
TOTALES	8	108	160

Las evaluaciones sobre la impartición de estas acciones formativas para empleados/as municipales han tenido una elevada aceptación por parte de las personas asistentes a dichos cursos, obteniendo una puntuación por encima de 4 sobre 5.

II.4. RESUMEN DE ACTIVIDADES FORMATIVAS PROGRAMADAS Y EN COLABORACIÓN CON OTROS SERVICIOS MUNICIPALES

El conjunto de actividades formativas en materia de consumo realizadas en 2015, tanto las incluidas en el programa anual de formación en materia de consumo, como las dirigidas a otros colectivos específicos, junto con los cursos destinados a la formación continua de trabajadores/as municipales se resume en la siguiente tabla.

Resumen de acciones formativas. Año 2016		
	Nº acciones	Nº participantes
Programa de formación en consumo	1.928	28.870
Colaboración con el CIFSE	3	231
Otras acciones formativas	2	40
Formación empleados/as del Ayuntamiento de Madrid	8	160
TOTAL	1.941	29.301

LÍNEA DE ACCIÓN III

CÓDIGOS DE BUENAS PRÁCTICAS PARA LOS SECTORES EMPRESARIALES

Como complemento a la inspección llevada a cabo desde los servicios municipales de consumo, se viene ejerciendo una línea de actuación que potencia el cumplimiento tanto de la normativa general sobre esta materia como de la específica de cada sector empresarial, a través de la promoción de acuerdos voluntarios con las principales organizaciones empresariales correspondientes.

Estos acuerdos voluntarios se plasman en forma de Códigos de Buenas Prácticas, manuales y documentos informativos en nuevos sectores empresariales, comerciales y profesionales. Cada año se van elaborando códigos de nuevos sectores y se va procediendo a la necesaria actualización de otros ya existentes.

Dentro de la línea de fomento del autocontrol y el desarrollo e implantación de Códigos y Manuales de Buenas Prácticas en nuevos sectores, durante el ejercicio 2016 se han ejecutado las actuaciones que se indican a continuación.

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



Con fecha 8 de abril de 2016 fue aprobado por el Ayuntamiento de Madrid el Código de Buenas Prácticas en el sector de Hostales, tras ser informado favorablemente por el Consejo de Consumo de la Comunidad de Madrid. Su implantación se destina a los establecimientos del sector que figuran en el censo de la capital, a los que se ha ofertado la adhesión al mismo.

Este código se configura como instrumento esencial para conseguir una eficaz protección de los derechos económicos y sociales de las personas consumidoras y de referencia para las empresas pertenecientes al sector, con el fin de facilitar el desarrollo de unas prácticas empresariales correctas y responsables.

Revisión y actualización de Códigos de Buenas Prácticas aprobados

Con independencia de la elaboración de Códigos de Buenas Prácticas y manuales en nuevos sectores empresariales y profesionales interesados, resulta fundamental la revisión y actualización de los ya vigentes.

Conforme a lo establecido en la Ordenanza de Consumo de la Ciudad de Madrid, de 30 de marzo de 2011, 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.

Durante el ejercicio 2016 se ha realizado la revisión, actualización y nueva edición del Código de Buenas Prácticas en el sector del Comercio Textil y la actualización de los correspondientes a los sectores de cerrajería y autoescuelas

Por otra parte se ha procedido a la actualización del Código y del Catálogo de Buenas Prácticas en el sector de Restauración y Ocio nocturno, con motivo de las últimas modificaciones normativas (en concreto de la Ley 17/1997, de 4 de julio, de espectáculos públicos y actividades recreativas).

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

Para difundir entre los distintos sectores empresariales los Códigos de Buenas Prácticas, y además de las actividades ya descritas en la línea de acción II referida a formación, se ha desarrollado una acción informativa mediante mailing, dirigida a un total de 12.121 empresas.

Además, se ha llevado a cabo en 295 establecimientos una campaña de comunicación directa dirigida a las empresas de forma individualizada, cuyas adhesiones a los códigos se han tramitado lo largo de todo el ejercicio 2016. Esta campaña ha tenido como objetivo dar a conocer los Códigos de Buenas Prácticas, así como las ventajas y condiciones de su adhesión a fin de que puedan materializarla.

Número de establecimientos adheridos a Códigos de Buenas Prácticas

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

Durante 2016 se han tramitado un total de 304 expedientes de adhesión, habiéndose materializado ésta en el caso de 128 nuevas empresas.

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

Número de empresas adheridas a los Códigos de Buenas Prácticas		
Año	Expedientes tramitados	Autorizaciones de adhesiones acumuladas (*)
2007	207	592
2008	205	616
2009	262	752
2010	193	819
2011	250	932
2012	239	1.090
2013	140	1.167
2014	227	1.248
2015	181	1.328
2016	304	1.434

(*) El número de autorizaciones de adhesión a Códigos de Buenas Prácticas acumuladas, corresponde a las autorizaciones concedidas cada año, sumadas a las del año anterior, una vez descontadas las bajas producidas anualmente por diferentes motivos (cambio de actividad, cambio de titularidad, desistimientos, etc.).

LÍNEA DE ACCIÓN IV

INVESTIGACIÓN Y CONTROL DE MERCADO

Las labores de investigación y control del mercado van orientadas fundamentalmente a que la ciudadanía pueda tener una confianza cada vez mayor en que los productos y servicios puestos a su disposición en el mercado respetan los derechos que la legislación vigente recoge 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 integrados en el Instituto Municipal de Consumo y en los distritos, tienen como fin prevenir, detectar y corregir, en su caso, los posibles incumplimientos relativos a las garantías y exigencias legales vigentes sobre protección de la salud, la seguridad y los legítimos intereses económicos de las personas consumidoras.

IV.1. PROGRAMA DE INVESTIGACIÓN

La Oficina Municipal de Investigación de Consumo responde al objetivo de reforzar la protección efectiva de los derechos e intereses de las personas consumidoras en sus relaciones de consumo.

La actuación de la oficina, dirigida a la investigación de problemas a los que se enfrentan éstas, procede de la evolución experimentada por las políticas de consumo, en las cuales las labores de estricta protección de los derechos deben verse complementadas con el necesario reforzamiento de los mismos en un mercado cada vez más complejo, para facilitar así su bienestar personal y social.

Ha elaborado durante 2016 cinco informes relativos a las siguientes materias:

- Mejora de la protección de las personas consumidoras en la contratación de servicios funerarios prestados por el Ayuntamiento de Madrid, en el que ante la remunicipalización de los mismos se formulan determinadas propuestas de mejora en relación con la información publicada en la web de la entonces empresa mixta y con la ordenanza sectorial.
- Análisis de la distribución municipal de competencias en materia de espectáculos públicos y actividades recreativas conforme a los acuerdos organizativos de la nueva legislatura, tanto de las relativas a control oficial como de las de naturaleza sancionadora, e identificación de las que no cuentan con delegación específica.
- Propuesta a la Mesa de Ocio dirigida a que ningún local de pública concurrencia incluido en el ámbito propio de dicho grupo de trabajo establezca discriminación entre hombres y mujeres en el precio u otras condiciones de acceso al local ni realice publicidad alguna que discrimine entre sexos.
- Observaciones al proyecto de modificación del decreto de agencias de viajes de la Comunidad de Madrid, especialmente en cuanto a la garantía que deben prestar como mecanismo de protección de los intereses económicos de las personas consumidoras.
- Propuesta de ejercicio de acción judicial de carácter colectivo frente a tres centros privados de enseñanzas no regladas, con identificación de las prácticas desleales hacia las personas consumidoras en las que se considera que han incurrido y documentación de las mismas en trámite de comparecencia individual de cada una de las personas afectadas.

La Oficina de Investigación de Consumo ha emitido también informe en relación con la elaboración del borrador de decreto de creación y regulación de la Comisión de Régimen Sancionador y Cláusulas Abusivas del Ayuntamiento de Madrid, con memoria y análisis de viabilidad de la propuesta y elaborado informes de respuesta a diversas peticiones de información recibidas en el Área de Gobierno de Salud, Seguridad y Emergencias.

Acción de cesación contra tres academias

Esta propuesta de ejercicio de acción judicial de carácter colectivo trae causa de las reclamaciones y denuncias presentadas por personas consumidoras ante los servicios municipales de consumo contra tres centros privados de enseñanzas no regladas que habían sido derivadas al Servicio de Inspección de Consumo.

Paralelamente al ejercicio de potestad sancionadora en relación con irregularidades de las academias que cuentan con acreditación documental, las personas afectadas han denunciado determinadas prácticas engañosas por parte de aquellas de las que no existe otra constancia que sus propias manifestaciones. Por ello se han realizado los trámites preparatorios de lo que ha sido el Acuerdo de Junta de Gobierno de la Ciudad de Madrid de 29 de diciembre de 2016 por el que se acuerda el ejercicio de acciones judiciales para la defensa de las personas consumidoras frente a tres centros privados de enseñanzas no regladas.

La propuesta cursada por el Instituto Municipal de Consumo, que contó con informe favorable de Asesoría Jurídica municipal, se elaboró sobre una muestra de 103 personas reclamantes y el precio total de los contratos suscritos por dichos afectados fue de 150.115 €. Dicha propuesta se acompañó de los documentos de comparecencia de 86 de las personas reclamantes, que están destinados a reseñar de modo estructurado y unitario la información de cada caso y a constituir prueba documental en el proceso judicial propuesto.

Esta iniciativa cuenta con el precedente directo de la acción colectiva ejercida por el Ayuntamiento de Madrid frente a dos empresas de venta fuera de establecimiento en la que el Juzgado de lo Mercantil nº 12 de Madrid dictó el 1 de junio de 2015 sentencia estimatoria de la pretensión municipal de cesación de los treinta y seis tipos de actos de engaño y prácticas agresivas identificados en la actuación de ambas empresas y que se relacionaban en la demanda presentada por el Ayuntamiento de Madrid.

IV.2. ACTIVIDADES DE INSPECCIÓN

La actividad inspectora desarrollada por el Instituto Municipal de Consumo y los distritos es la base para la acción de control del mercado, que está enfocada a la detección y corrección de los posibles incumplimientos relativos a las garantías y exigencias legales vigentes sobre protección de la salud, la seguridad y los legítimos intereses económicos de las personas consumidoras por parte de los establecimientos comerciales y empresas proveedoras de bienes y servicios.

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

Durante 2016 los servicios municipales de consumo han realizado las siguientes actuaciones:

Nº campañas de inspección ⇔ 16

Nº inspecciones en campaña ⇨ 11.541

Nº de actuaciones fuera de campaña ⇨ 396

Total inspecciones ⇨ 11.937

Nº productos controlados ⇨ 5.365

Nº de actas levantadas en total ⇨ 3.429

Campañas de inspección. Año 2016			
	Inspecciones realizadas	Productos controlados	Nº de Actas
SERVICIO DE INSPECCIÓN DE CONSUMO + DISTRITOS MUNICIPALES			
Campaña de Navidad	505	2.013	126
SUBTOTAL	505	2.013	126
SERVICIO DE INSPECCIÓN DE CONSUMO			
Campaña:			
Toma de muestras	145	145	145
Seguridad de los productos (Red de Alerta)	2.395	0	273
Venta por Internet	75	0	37
SAT telefonía e informática	48	0	23
Tiendas de iluminación y electricidad	157	845	58
Compraventa de animales de compañía	82	540	32
Tiendas telefonía móvil	277	0	115
Etiquetado de calzado	32	137	8
SUBTOTAL	3.211	1.667	691
DISTRITOS MUNICIPALES			
Campaña:			
Control general de establecimientos	3.696	0	1.545
Control general de venta ambulante y mercadillos	620	884	177
Promoción de ventas	1.451	0	N/A (*)
Tintorerías	487	0	183
Locutorios	668	0	295
Venta de muebles	519	801	215
Reparación de calzado	384	0	150
SUBTOTAL	7.825	1.685	2.565
TOTAL CAMPAÑAS	11.541	5.365	3.382
Otras actuaciones (Oficio, denuncias, reclamaciones, y no programadas)	396	0	47

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

Actuaciones por denuncias o reclamaciones

El Servicio de Inspección de Consumo, a través de la Oficina Municipal de Investigación de Consumo, ha tramitado en 2016 un total de 346 expedientes remitidos por el Servicio de Información al Consumidor, los servicios de consumo distritales, la Administración del Estado (Ministerio del Interior) o la Comunidad de Madrid (Direcciones Generales de Comercio y Consumo y de la Mujer), al apreciar en ellas alguna irregularidad de la empresa afectada que requiere la realización de

actuaciones inspectoras en aplicación de las normativas de consumo, comercio o espectáculos públicos y actividades recreativas.

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

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

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

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

En la siguiente tabla se resumen las actuaciones realizadas en este ámbito durante el año 2016.

Actuaciones Red de Alerta. Año 2016	
Nº Actuaciones TOTALES	2.436
Instituto Municipal de Consumo	2.395
Policía Municipal	41
Nº Actas levantadas	279
Instituto Municipal de Consumo	273
Policía Municipal	6
Nº Productos retirados	2.956
Instituto Municipal de Consumo	2.884
Policía Municipal	72

IV.3. ACTUACIONES SANCIONADORAS Y MEDIDAS PREVENTIVAS

En las actas que levantan 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 Instituto Municipal de Consumo en el año 2016 ha sido de 192 y la cuantía de las multas impuestas ascendió a 662.043 euros.

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

Con este fin, Instituto Municipal de Consumo ha mantenido reuniones técnicas, en materia de inspección y control del mercado, con las siguientes asociaciones y entidades: La ÚNICA (Asociación Madrileña de Empresario de Alimentación y Distribución), COCEM (Confederación de Comercio Especializado de Madrid), ANGED (Asociación Nacional de Grandes Empresas de Distribución), ASEDAS (Asociación Española de Distribuidores, Autoservicios y Supermercados), ACES (Asociación de Cadenas Españolas de Supermercados), CEC (Confederación Española de Comercio), ACEMA (Asociación de Comerciantes de Electrodomésticos Mayoristas y Autónomos), ACOTEX (Asociación Empresarial del Comercio Textil y Complementos), Asociación de Comerciantes del Calzado, APLAMA (Asociación Plaza Mayor Madrid), ASOCIACIÓN DE COMERCIANTES DEL CALZADO, ASTYLCAM (Asociación Profesional de Tintorerías y Lavanderías de la Comunidad de Madrid), ASEMCOM (Fundación del mueble), CECU (Confederación de Asociaciones de Consumidores y Usuarios de la Comunidad de Madrid), Radio-Taxi, AEMIP (Asociación Española de Micropréstamos), ASOCIACIÓN DE EMPRESARIOS DE OCIO NOCTURNO DE LA COMUNIDAD DE MADRID, Dirección General de Turismo de la Comunidad de Madrid, Dirección General de Comercio y Consumo de la Comunidad de Madrid, Unidad de Policía Municipal de Medio Ambiente, Madrid Destino, Dirección General de Deportes del Ayuntamiento de Madrid y empresarios del sector de trasteros, IAM y la Agencia de Actividades.

LÍNEA DE ACCIÓN V

PARTICIPACIÓN, COLABORACIÓN Y COORDINACIÓN EN CONSUMO

El Instituto Municipal de Consumo ha desarrollado a lo largo de los últimos años diferentes actividades de participación, colaboración y coordinación con agentes sociales, económicos e institucionales. Se indican a continuación las principales acciones realizadas en este ámbito durante el ejercicio 2016.

V.1. COORDINACIÓN Y COLABORACIÓN INTERADMINISTRATIVA

Colaboración con los Distritos y otras unidades del Ayuntamiento de Madrid

El Acuerdo de 29 de octubre de 2015 de la Junta de Gobierno de la ciudad de Madrid de organización y competencias del Área de Gobierno de Salud, Seguridad y Emergencias atribuye al Instituto Municipal de Consumo la de dirigir, coordinar y efectuar el seguimiento y evaluación de las actuaciones en materia de consumo no alimentario realizadas por los distritos. En el ejercicio de esta competencia, durante el año 2016 se han realizado las siguientes actuaciones:

- **Reuniones con los distritos**

Se han mantenido reuniones periódicas con los representantes de los Departamentos de Servicios Sanitarios, Calidad y Consumo, los/as Jefes/as de Sección de Gestión de Calidad y Consumo de los 21 Distritos y de División de OMIC, incluyendo en el orden del día aquellas actuaciones y materias que requerían una puesta en común en lo que respecta a la actividad inspectora o a la desplegada por la Oficina Municipal de Información al Consumidor.

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

Se han realizado, como es habitual, las labores para el mantenimiento del espacio Ayre dedicado a consumo en la intranet municipal, incluyendo los documentos de trabajo necesarios para unificar los criterios de actuación en las labores desarrolladas, eliminando aquellos contenidos no vigentes. Dentro de este espacio se publican, entre otros documentos, informes técnicos, planes de acción, memorias de actividad, instrucciones y procedimientos y resultados de evaluación de los sistemas de calidad implantados en los servicios de consumo.

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

- **Gestión de las campañas de inspección de consumo a realizar por los distritos en 2016, a través del foro Ayre/distritos/consumo**

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

En 2016 se ha realizado la programación de 8 campañas de inspección, determinando las directrices para su ejecución a través del foro. Las campañas incluidas han sido:

- Inspección y control de tintorerías

- Inspección y control de establecimientos de venta de muebles
- Inspección y control de locutorios
- Inspección y control de reparación de calzado
- Inspección y control de venta ambulante.
- Inspección y control general de establecimientos
- Inspección y control de promoción de ventas
- Campaña de Navidad.

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. Ha destacado la participación en las campañas de inspección y control de tintorerías con la elaboración de dos informes como respuesta a las consultas formuladas. En total este foro ha sido visitado en 1.318 ocasiones por personal municipal.

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

En colaboración con el CIFSE se ha continuado en 2016 con el programa de formación en consumo dirigido a Policía Municipal, como complemento de la labor desarrollada en el ejercicio anterior, formación que ha sido impartida por personal técnico integrado en los servicios de Inspección, Información y Arbitraje del Instituto Municipal de Consumo. Esta iniciativa, que tiene como objetivo contribuir a la formación de los agentes municipales para adecuar su actuación a la normativa vigente sobre la protección del consumidor, especialmente en lo que respecta a la localización, inmovilización y destrucción de productos peligrosos incluidos en redes de alerta ha sido descrita con mayor detalle dentro de la Línea de Acción II.

Colaboración con la Dirección General de Transparencia y Atención a la Ciudadanía relativa a la Carta de Servicios de Cita previa

Desde la incorporación en Abril del 2015 de todas las OMIC municipales al Servicio de Cita Previa, se ha colaborado con el Servicio de Atención Personalizada desempeñando el papel de interlocutor, entre dicho servicio y los Departamentos de Servicios Sanitarios, Calidad y Consumo de los 21 Distritos. También se ha formado parte del grupo de trabajo para el estudio y revisión de la Carta de Servicios de Cita Previa.

Participación en el proyecto "Ciudades amigables con las personas mayores"

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

El Instituto Municipal de Consumo ha colaborado en el año 2016, junto con el resto de áreas del gobierno municipal, en la finalización del trabajo de diagnóstico de la situación de la ciudad de Madrid para la confección del documento de "Madrid ciudad amigable con las personas mayores" y en la confección de un plan estratégico de

acción en esta materia, al que el Instituto Municipal de Consumo contribuirá con las actividades de formación, información y divulgación destinadas al colectivo de personas mayores. Está previsto mantener esta colaboración durante el próximo ejercicio en cuanto a la elaboración, ejecución y seguimiento de las actuaciones en materia de consumo incorporadas al plan de acción.

Participación en órganos colegiados y grupos de trabajo municipales

Desde 2016 el Instituto Municipal de Consumo colabora en el desarrollo de los trabajos, planes o estrategias de otras áreas municipales, a través de la integración en mesas de trabajo u órganos colegiados a título propio dentro de las materias de su competencia y/o como vocal representante del Área de Gobierno de Salud, Seguridad y Emergencias en los siguientes órganos colegiados o mesas de trabajo municipales.

- Mesa del Pacto de Milán
- Consejo Consultivo de la Economía Social
- Foro de empresas por Madrid
- Consejo de Comercio de la Ciudad de Madrid
- Comisión de Patrocinios
- IFEMA.

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

Durante el año 2016, se procedió a la revisión completa del convenio existente en materia de consumo con la Comunidad de Madrid y el Ayuntamiento de Madrid, con el objetivo de actualizar los cauces de colaboración, participación y asistencia que vienen desarrollando ambas administraciones, para lograr así una protección más eficaz de las personas consumidoras y una distribución más eficiente de los recursos destinados a este objetivo.

La entrada en vigor de la nueva ley que regula el régimen jurídico de las Administraciones públicas y las previsiones específicas en ella contenidas referidas a los convenios suscritos por órganos de la Administración han hecho necesario también revisar el clausulado del convenio para adaptarse a la nueva regulación.

Como resultado final de estos trabajos, el 15 de diciembre de 2016 se firmó un nuevo convenio de colaboración en materia de consumo entre la Comunidad de Madrid y el Ayuntamiento de Madrid, que establece y actualiza los cauces de colaboración, participación y asistencia entre ambas administraciones.

El Convenio abarca todos los aspectos de la actividad de los servicios de consumo como son la información y formación a las personas consumidoras; la tramitación de sus reclamaciones, denuncias y solicitudes de arbitraje; el control de los productos y servicios puestos a disposición de los madrileños, mediante la inspección y el procedimiento sancionador, así como la implantación de las buenas prácticas y el autocontrol en las empresas madrileñas.

En cuanto al contenido del convenio cabe destacar los siguientes aspectos:

- Los servicios de consumo de ambas administraciones realizan de manera coordinada actividades de información y formación de los consumidores madrileños, 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. El Ayuntamiento de Madrid colabora en la distribución de hojas del SUR al empresariado madrileño, directamente o a través de sus asociaciones conforme a los criterios reglamentariamente establecidos por la administración autonómica.
- Con respecto a la inspección de consumo, se disponen protocolos comunes en el desarrollo de los controles y en la selección de sectores inspeccionados, así como en los procedimientos sancionadores, de toma de muestras y de Red de Alerta. En este ámbito, se han mantenido reuniones periódicas referidas a la acción inspectora y sancionadora. Dentro de esta línea de colaboración se ha participado en las campañas de inspección en materia de consumo previstas a nivel nacional por AECOSAN y por la Comunidad de Madrid.
- Se establecen criterios comunes para la tramitación de solicitudes de arbitraje, junto con la delimitación de los asuntos que compete resolver a cada administración. Asimismo, la Comunidad y el Ayuntamiento de Madrid se prestan apoyo para el traslado y resolución ágil de las solicitudes de arbitraje y para la difusión y fomento del Sistema Arbitral de Consumo.

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

El Instituto Municipal de Consumo participa en el Pleno del Consejo de Consumo de la Comunidad de Madrid y en su Comisión Permanente, a través de la Dirección General de Consumo, así como en algunas de sus comisiones, como la de legislación y la de Códigos de Buenas Prácticas.

A lo largo del año 2016, el Instituto Municipal de Consumo ha participado en las reuniones del Pleno del Consejo, de la Comisión Permanente y Comisión de Legislación para informar sobre los proyectos normativos elaborados por distintas Consejerías de la Comunidad de Madrid.

V.2. PARTICIPACIÓN CIUDADANA EN CONSUMO

El Consejo Municipal de Consumo

El Consejo Municipal de Consumo es un consejo sectorial que canaliza la participación en consumo, a través de las organizaciones empresariales y de las asociaciones de consumidores con implantación en el término municipal de Madrid y del resto de vocales que integran su composición, regulada a través de su reglamento de funcionamiento. Es un órgano de carácter consultivo y participativo que desarrolla funciones de informe, consulta y propuesta en relación con las competencias que el Ayuntamiento de Madrid ostenta en materia de consumo. En 2016, el Pleno del Consejo se ha reunido en dos ocasiones, el 3 de mayo y el 19 de diciembre, respectivamente.

La renovación de su composición se produjo mediante Decreto del Delegado del Área de Gobierno de Salud, Seguridad y Emergencias de 16 de noviembre de 2015, por el que se nombran vocales del Pleno del Consejo Municipal de Consumo del Ayuntamiento de Madrid, al ser preceptivo, conforme a su reglamento de funcionamiento, proceder a su renovación al constituirse una nueva corporación municipal. En esta última constitución se incorporaron dos nuevos vocales, con voz pero sin voto, como expertos en las líneas de trabajo que está impulsando la actual corporación de fomento del consumo sostenible y del Comercio Justo, quedando vacante una de las vocalías correspondientes a las organizaciones empresariales,

ante la desaparición de la organización CECOMA, que anteriormente estuvo representada en el Consejo.

La Confederación de Comercio especializado de Madrid (COCEM) formuló durante 2016 petición a la secretaría del consejo, solicitando su incorporación al mismo como una de las cuatro organizaciones empresariales de mayor implantación en el término municipal de Madrid, siendo la única solicitud recibida. El 6 de junio de 2016, el Presidente de Madrid Foro Empresarial, remitió a la Dirección General del Instituto Municipal de Consumo una carta de respaldo a la incorporación de COCEM que fundamentaba en la representatividad de esta última organización para cubrir la vacante existente en el Consejo. La incorporación de COCEM fue uno de los puntos del orden del día de la sesión plenaria del 19 de diciembre y fue aprobada por unanimidad.

Además del desarrollo de las distintas actividades incluidas en el Plan de Acción en materia de consumo 2016 y la información sobre las previsiones presupuestarias se han sometido al Consejo las actuaciones realizadas con motivo de la conmemoración del Día Mundial del Comercio Justo y del trigésimo aniversario de la Junta Arbitral de Consumo municipal, así como el informe realizado por la Oficina de Investigación de Consumo relativo a las irregularidades constatadas en el sector de prestamos prendarios, solicitando a los documentos correspondientes propuestas y sugerencias por parte de los vocales.

Como parte del proceso participativo de elaboración del Plan de Impulso del Consumo Sostenible de la Ciudad de Madrid, varias de las organizaciones de consumidores que lo integran colaboraron en la elaboración participativa de su borrador, y este fue presentado a la sesión del pleno del CMC de 19 de diciembre, estableciéndose en ella un plazo para que todos los miembros del consejo pudieran formular por escrito las alegaciones oportunas, para ser tomadas en consideración en la confección del documento final del Plan.

Colaboración con las organizaciones de consumidores

Durante el año 2016 se han mantenido las dos líneas de colaboración existentes con las ocho asociaciones de consumidores integradas en el Consejo Municipal de Consumo, a través de la suscripción de dos tipos de convenios bilaterales para la realización de programas de orientación jurídica e información a las personas consumidoras y para el desarrollo del programa de asesoramiento en la gestión de la economía doméstica.

- **Convenios de orientación jurídica e información a los consumidores**

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

En el programa de orientación jurídica a las personas consumidoras, técnicos/as jurídicos/as designados/as por las asociaciones e identificados como representantes de las mismas, ofrecen asistencia jurídica gratuita presencial en las dependencias de la OMIC Central, tras concertar la correspondiente cita previa, dando respuesta a las consultas planteadas en materia de consumo por las personas consumidoras.

Esta experiencia, que viene desarrollándose desde hace varios años, ha sido valorada muy positivamente por los/as usuarios/as. Se han ofertado un total de 1.680 horas de orientación jurídica este año, desarrolladas por las 8 asociaciones de consumidores que forman parte del Consejo Municipal de Consumo (210 horas por asociación).

- **Programa de asesoramiento económico a los ciudadanos**

Como instrumento para la implantación y desarrollo del Programa de Asesoramiento en la Gestión de la Economía Domésticas se han firmado 8 convenios de colaboración con las asociaciones integradas en el Consejo Municipal de Consumo. Las actividades recogidas en este convenio son las siguientes:

- Colaboración en las actividades de difusión del Programa.
- Asesoramiento gratuito y personalizado en materia económica a los/as ciudadanos/as que lo solicitan en la OMIC Central y en la sede de la Oficina de Intermediación Hipotecaria (hasta marzo).
- Evaluación y seguimiento del programa.

En el marco de estos convenios se han ofertado un total de 800 horas de asistencia directa.

Como fruto de la colaboración con las asociaciones de consumidores instrumentada a través de estos convenios, se construyó en la fase inicial del programa un especial informativo de asesoramiento en la gestión de la economía doméstica, dentro de los contenidos de consumo de la página web corporativa www.madrid.es/consumo, y a los que también puede accederse a través de enlaces incorporados en las páginas web de las distintas asociaciones de consumidores.

Actualmente el espacio dispone de 14 materiales divulgativos, 8 de los cuales se desarrollaron en colaboración con las asociaciones de consumidores a través de estos convenios, habiéndose incorporado a los de elaboración y/o revisión más reciente lenguaje e imágenes de carácter inclusivo.

LÍNEA DE ACCIÓN VI

CONSUMO RESPONSABLE

VI.1. MADRID, CIUDAD POR EL COMERCIO JUSTO

Madrid fue acreditada como Ciudad por el Comercio Justo en octubre de 2011, reconocimiento que ha mantenido desde entonces, fundamentado en el cumplimiento de los criterios que establece el Programa Internacional de Ciudades por el Comercio Justo. Conforme a la actual organización y distribución municipal de competencias, corresponde al Instituto Municipal de Consumo el fomento del Comercio Justo y la realización de las actuaciones necesarias para el mantenimiento de dicha acreditación.

El Foro Municipal de Comercio Justo

El Foro Municipal de Comercio Justo (FMCJ) es un órgano colegiado de asesoramiento, seguimiento y coordinación en el que están representada la Administración municipal, las organizaciones de consumidores, el área vecinal, las ONGs de Comercio Justo y Asociación del Sello de Comercio Justo, el sector empresarial, así como la entidad responsable del Programa Internacional de Ciudades por el Comercio Justo en España.

El 9 de septiembre de 2016 se aprobó, mediante Decreto de la Alcaldesa, la nueva regulación sobre composición y funcionamiento del FMCJ, para adaptarse a las nuevas directrices municipales sobre órganos colegiados. Posteriormente, el 4 de noviembre de 2016, por Decreto del Delegado del Área de Gobierno de Salud, Seguridad y Emergencias se procedió al nombramiento de los vocales y secretario del FMCJ, tras los cambios de estructura y competencias efectuadas en las Áreas de Gobierno desde su constitución.

El FMCJ lleva a cabo un conjunto de iniciativas y actividades que están plasmadas en un programa de trabajo bienal, que fue aprobado por unanimidad en su sesión de 29 de febrero de 2016. Se trata de un documento que recoge la planificación y calendarización en 2016 y 2017.

Con el objetivo de impulsar la realización de las acciones, su calendarización, y de favorecer la coordinación con las distintas Áreas de Gobierno, en marzo de 2016, se creó dentro del FMCJ un Grupo de Trabajo para la evaluación y seguimiento del programa bienal. En su sesión constitutiva de junio de 2016, se formaron 4 subgrupos: Subgrupo 1 "Promoción y desarrollo de eventos de Comercio Justo" que ha mantenido dos reuniones, una para la organización del Open Day y otra para el nuevo diseño del cartel difundido en la segunda campaña de mobiliario urbano sobre comercio justo; Subgrupo 2 "Promoción del Comercio Justo en el sector empresarial"; Subgrupo 3 "Difusión de productos de Comercio Justo en grandes superficies"; y por el último el Subgrupo 4 "Fomento de Comercio Justo en actividades solidarias", que se ha reunido una vez para tratar de coordinar las actuaciones a llevar a cabo con motivo de las campañas de recogida de alimentos.

Colaboración con las organizaciones de Comercio Justo

Con fecha 19 de julio de 2016, se suscribió un convenio de colaboración en el que se han integrado todas las organizaciones de Comercio Justo de Madrid con las que se colabora habitualmente: la Asociación Proyde, la Asociación Setem MCM, la Cooperativa Iniciativas de Economía Alternativa y Solidaria, la Fundación Ayuda en Acción, la Fundación Comercio para el Desarrollo, la Fundación Intermon Oxfam, y la

Fundación Taller de Solidaridad- y la Asociación del Sello de Productos de Comercio Justo (Fairtrade-Ibérica). El contenido de dicho convenio supone la renovación a los protocolos o convenios existentes en años anteriores, teniendo como objetivos los siguientes:

- Promover y difundir el consumo responsable y el Comercio Justo, y dar a conocer sus valores entre la ciudadanía de Madrid.
- Participar en actividades relacionadas con el programa de trabajo del FMCJ.
- Colaborar en acciones de información y difusión sobre el Comercio Justo hacia la ciudadanía de Madrid y el sector empresarial de la ciudad.
- Favorecer la disponibilidad y oferta de los productos de Comercio Justo en la ciudad de Madrid.

Actuaciones sobre Comercio Justo en 2016

En el desarrollo del programa bienal de trabajo del FMCJ, en el ejercicio 2016 se han realizado las acciones que se indican a continuación:

- Dentro de las actividades que el Ayuntamiento de Madrid realizó con motivo del Día Internacional de la Mujer (8 de marzo) y del Día Internacional de la Lucha contra la violencia de género (25 de noviembre), el Instituto Municipal de Consumo encargó a un responsable de Ideas el desarrollo un taller denominado "Comercio Justo: Cuestión de género". Este taller se impartió el 9 de marzo en el espacio municipal de Igualdad de Hermanas Mirabal y, el 19 de diciembre, en el espacio María Maeztu. Los talleres consistieron en la impartición de una charla sobre "El papel de las mujeres en el Comercio Justo", cuyo objeto es destacar este tipo de comercio como herramienta de desarrollo sostenible, igualdad de género y empoderamiento de las mujeres de comunidades del Sur, y en la proyección de un documental.
- En el marco de las Fiestas de San Isidro, se organizó el 15 de mayo una Jornada de sensibilización en el Paseo del Prado, con el montaje de un stand informativo sobre Comercio Justo, en el que se distribuyó el folleto "Madrid, una ciudad comprometida con el Comercio Justo" y dípticos del Programa de Ciudades por el Comercio Justo de Madrid y de la campaña "Te damos 10 razones" de la Coordinadora Estatal. Se realizó un taller de chapas dirigido al público infantil, con temáticas y símbolos relacionados con el Comercio Justo y sus criterios.
- La celebración del Día mundial de Comercio Justo, que coincidió con la del trigésimo aniversario del Comercio Justo en España, se desarrolló durante toda la jornada del sábado 14 de mayo de 2016, en la Plaza de Callao. En ella se montó un escenario en el que tuvieron lugar diversas actividades lúdicas y participativas y se leyó un manifiesto en favor del Comercio Justo, que estuvo a cargo del Concejal del Distrito Centro. El Instituto Municipal de Consumo encargó a COPADE la organización del evento en el que también colaboraron las restantes organizaciones de Comercio Justo. Contó con un stand de venta de una variedad de más de 150 productos de alimentación o artesanía. Adicionalmente, durante esa semana, se proyectaron videos en pantallas informativas próximas a la plaza de Callao.
- Al igual que en años anteriores, el Comercio Justo estuvo presente en la IV Feria de Economía Solidaria de Madrid, celebrada el 4 y 5 de junio, en la cual algunas organizaciones de Comercio Justo de Madrid expusieron sus productos.

- Se han realizado diferentes acciones de información y sensibilización dirigidas al sector empresarial, como la campaña "World Fairtrade Challenge" promovida por Fairtrade Ibérica, con la organización de catas de café y apoyo de la campaña a través de los medios de comunicación. La campaña de sensibilización y de promoción de productos de comercio justo de Alcampo, organizada del 4 al 13 de marzo, con la edición de un folleto comercial destacando los productos de Comercio Justo, constituye un ejemplo de la contribución del sector empresarial.
- Para la celebración del "Mes Fairtrade", Fairtrade Ibérica realizó varias actividades promocionales del Café de Comercio Justo, como catas y degustación de café dirigido a la ciudadanía y a empresas de hostelería. También se organizó una exposición de fotografías de productores de Comercio Justo en espacios de establecimientos relacionados con la hostelería y una campaña de comunicación en redes sociales.
- El 26 de octubre, el Instituto Municipal de Consumo, en colaboración con IDEAS, Fairtrade Ibérica, las organizaciones de Comercio Justo y otras Áreas de Gobierno municipales, organizó el "Open Day de Comercio Justo" con la celebración de la jornada "Alianza local entre la Administración, las empresas y el sector social" en el espacio Media Lab Prado, cuyo objetivo era profundizar y debatir sobre el papel de las instituciones públicas y los agentes sociales y económicos de la ciudad, en el fomento del consumo de productos de Comercio Justo.
- Se han realizado dos campañas informativas en mobiliario urbano referidas a Comercio Justo (véase la línea de acción I).
- En las fechas navideñas, se programaron actividades dirigidas al público infantil, siendo responsable de su organización Setem MCM. Tuvieron lugar entre el 27 al 29 de diciembre en el espacio cultural de Media Lab Prado y consistieron en la realización de 16 talleres para público infantil, el montaje de una exposición (la de la Coordinadora Estatal de Comercio Justo: "Te damos diez razones para consumir Comercio Justo"), y una sesión de cuenta cuentos.
- Distribución de folletos de "Madrid, una ciudad comprometida con el Comercio Justo en los programas de información desarrollados en colaboración con las organizaciones de consumidores.
- Dentro del programa de formación en materia de consumo, se han desarrollado 84 talleres sobre Comercio Justo dirigidos a escolares de distintos niveles del ciclo educativo (véase línea de acción II).
- Incorporación del Comercio Justo en la Compra Pública municipal: con la aprobación por Decreto del 18 de Julio de 2016 del Delegado del Área de Gobierno de Economía y Hacienda, de la Instrucción 2/2016 sobre la incorporación de cláusulas éticas de comercio justo en contratos, concesiones y autorizaciones en el Ayuntamiento de Madrid, sus organismos autónomos y entidades del sector público municipal, se ha dado un paso importante que contribuye al fomento del Comercio Justo dentro de la organización municipal al establecer la obligación de inclusión de cláusulas éticas en determinadas licitaciones.
- IDEAS ha desarrollado a lo largo del año diferentes acciones de sensibilización dirigidas a la comunidad universitaria a través de su campaña de Universidades por el Comercio Justo. En ese sentido, cabe referirse a la Universidad Rey Juan Carlos, que promovió un concurso para la adjudicación de los servicios de cafetería y máquinas de vending con productos de Comercio Justo, con el resultado de disponer de café de Comercio Justo en las máquinas de vending en los campus de Alcorcón, Fuenlabrada y Rectorado.

VI.2 ELABORACIÓN PARTICIPATIVA DEL PLAN DE IMPULSO DEL CONSUMO SOSTENIBLE DE LA CIUDAD DE MADRID

Desde los servicios de consumo se ha iniciado una línea de acción estratégica destinada a impulsar un conjunto de medidas enfocadas al fomento del consumo sostenible.

A diferencia del modelo tradicional, el consumo sostenible toma en consideración las repercusiones, a medio y largo plazo, de nuestras decisiones de consumo. De una manera sencilla podemos decir que el consumo sostenible procura la satisfacción de las necesidades de las personas, a través de la elección de productos, servicios y sistemas de producción y distribución respetuosos con las condiciones laborales y sociales, con el desarrollo local y con la conservación del medio ambiente. En este sentido, el consumo sostenible invierte la premisa de que "a mayor consumo, mayor bienestar", y pone en valor criterios de calidad, justicia y durabilidad, cuestionando nuestras necesidades y el modo en que las satisfacemos para poner el foco a las personas y la mejora de su calidad de vida, procurando al mismo tiempo reducir al mínimo los impactos negativos del consumo de productos y servicios sobre las generaciones futuras.

En el Ayuntamiento de Madrid, si bien la acción en materia de promoción del consumo responsable ha sido sostenida a lo largo del tiempo, la iniciativa ha partido generalmente de la Administración municipal, mientras que lo que ahora se pretende es abordar el tema desde una visión estratégica, transversal y participativa que permita también recoger y dar cabida a iniciativas propuestas y/o desarrolladas por las entidades ciudadanas a escala de ciudad o en sus barrios.

El Plan de acción en materia de consumo del ejercicio 2016 contemplaba el desarrollo de un plan estratégico de consumo sostenible, con un horizonte temporal de 4 años (2016-2019). Los trabajos realizados durante el año han dado lugar a la redacción del borrador de este plan estratégico, que finalmente se ha denominado "Plan de Impulso del Consumo Sostenible de la ciudad de Madrid" (PICS). Sus objetivos, líneas estratégicas y las acciones a desarrollar han sido formulados de manera participativa con numerosas entidades sociales y organizaciones distritales, habiéndose consultado también a varias Áreas de Gobierno municipales y a los vocales del Consejo Municipal de Consumo.

Este enfoque renovado, por un lado, da continuidad a labores anteriores desarrolladas por el Instituto Municipal de Consumo en materia de consumo responsable, que se ha traducido a lo largo de los últimos años en una serie de acciones de información y formación de las personas consumidoras, de edición de materiales divulgativos, de fomento del Comercio Justo o a la participación en determinados proyectos cofinanciados por la Unión Europea u otros organismos internacionales y, por otro, integra acciones nuevas que han de desarrollarse desde los propios servicios de consumo o desde otros ámbitos de la Administración municipal y que contribuirán a la promoción de un tipo de consumo que pone en línea sus objetivos con valores propios de la economía social y solidaria, al constituir ésta una de las propuestas programáticas de la actual corporación municipal.

Marco conceptual

Los principios que conforman la base de desarrollo del PICS son su enfoque estratégico a medio plazo (2016-2019), para servir como elemento de transformación y cambio de cultura en los modelos de consumo tradicionales.

Cabe destacar su metodología de elaboración ya que, desde su inicio y en todas sus fases, no ha sido concebido como un plan técnico, sino diseñado de modo plenamente participativo, para hacer confluir el conocimiento y experiencia del personal técnico municipal, de las organizaciones de consumidores y empresariales

integradas en el Consejo Municipal de Consumo con otros saberes que parten de las iniciativas ciudadanas de la economía social y solidaria, de ámbito ciudad o territorial en sus distritos, poniéndolos en diálogo con expertos de otras ciudades y del campo universitario.

El PICS se ha formulado buscando también la transversalidad y coherencia con otras políticas y planes municipales en preparación, cuyos objetivos y resultados pueden tener clara incidencia en el consumo sostenible, en campos tan diversos como el de los derechos humanos, el fomento de la economía social y solidaria, la calidad del aire, así como del Programa Internacional de ciudades por el Comercio Justo y la mesa de trabajo del Pacto de Milán.

Finalmente, como experiencias inspiradoras se han tomado en cuenta procesos en marcha en otras ciudades españolas como Barcelona, así como proyectos e iniciativas concretas desarrolladas en otras a escala nacional o europea, algunas de las cuales se recogen en el propio texto del PICS.

Metodología y fases de elaboración del PICS

El desarrollo del borrador inicial del PICS, cuyo documento final será sometido a aprobación por la Junta de Gobierno de la Ciudad de Madrid en 2017, se ha efectuado a través de una serie de talleres y sesiones con más de 40 entidades de la economía social. En estas reuniones las entidades han propuesto los objetivos, ámbitos de actuación, líneas estratégicas y acciones concretas a desarrollar. A través de este enfoque metodológico, la elaboración del PICS ha comportado las siguientes fases y actuaciones:

- Diagnóstico de situación, elaborado a partir de revisión bibliográfica, entrevistas y cuestionario inicial a entidades ciudadanas.
- Recopilación de experiencias inspiradoras de otras ciudades.
- Identificación de líneas estratégicas, definición de objetivos, ámbitos de actuación, líneas estratégicas y acciones concretas a través de talleres participativos con entidades ciudadanas (4 talleres) y la validación de cada etapa por el equipo municipal.
- Reuniones con las áreas de gobierno implicadas en la ejecución de las acciones propuestas (6 reuniones). Incorporación al PICS de acciones previstas por las distintas áreas, a propuesta de éstas.
- Redacción del primer borrador del plan (septiembre 2016).
- Envío del borrador y cuestionario a las áreas de gobierno implicadas para observaciones.
- Circulación a los distritos y reunión con sus asesores para la preparación de un conjunto de talleres participativos en distritos.
- Proceso participativo de incorporación de propuestas y observaciones por parte de los distritos a través de la realización de 12 talleres temáticos sobre los distintos ámbitos del plan en los que han participado técnicos y entidades ciudadanas de los distritos.
- Presentación del borrador actualizado a las entidades ciudadanas participantes en el proceso.
- Sometimiento al Consejo Municipal de Consumo (diciembre 2016), para observaciones y propuestas.

A partir de aquí se procederá, en 2017, a la redacción del documento final y a su aprobación y presentación pública.

Estructura y contenido del PICS

Como resultado del proceso anteriormente descrito, la estructura del PICS se basa en una matriz que comprende cinco ámbitos de actuación que se han considerado prioritarios con cinco líneas estratégicas comunes a todos ellos.

- **Ámbitos de actuación**

- Alimentación.
- Energía, movilidad y residuos.
- Finanzas y seguros éticos.
- Otros bienes de consumo.
- Ocio, turismo y cultura.

- **Líneas estratégicas**

- Sensibilización y visibilización del consumo sostenible entre la población de Madrid, con la finalidad de extender una nueva cultura del consumo y reforzar la información disponible.
- Cambios normativos que favorezcan la incorporación de prácticas de consumo sostenible.
- Impulsar el consumo sostenible en la práctica municipal, actuando de manera ejemplarizante como motor e impulsor del cambio.
- Apoyo y fortalecimiento de iniciativas ciudadanas vinculadas al consumo sostenible, así como al comercio y la empresa local, promoviendo su vinculación con el consumo sostenible.
- Impulso a los derechos sociales, reduciendo las dificultades de acceso a consumos básicos y apoyando una economía basada en los cuidados y la conciliación.

El contenido del PICS se concreta en 61 acciones, de las cuales 9 tienen carácter transversal al incidir en dos o más ámbitos del PICS.

Corresponde al Instituto Municipal de Consumo impulsar una parte de ellas en colaboración, en su caso, con otros agentes implicados, mientras que otras forman parte de la acción de otros servicios municipales, dado el enfoque integrador con el que se ha diseñado el PICS.

Hay acciones cuya ejecución se ha iniciado en 2016, enmarcándose dentro de las actividades previstas de los planes anuales de acción en materia de consumo, cuando es el Instituto Municipal de Consumo el órgano competente para su impulso y ejecución.

Inicio de la ejecución del PICS en 2016

A continuación se indican de modo resumido algunas de las acciones contenidas en el PICS que ha iniciado o impulsado el Instituto Municipal de Consumo durante el ejercicio 2016.

- Incorporar en el programa de formación en materia de consumo contenidos sobre consumo sostenible, economía social y Comercio Justo. Se han incorporado nuevos talleres en la oferta formativa para centros escolares y nuevas temáticas en las sesiones formativas para adultos (véase la línea de acción 2).

- Plan de trabajo del Foro Municipal de Comercio Justo. Durante el año 2016 se ha reforzado la acción en esta materia, en cumplimiento del programa bienal de trabajo, tal y como se ha descrito anteriormente.
- Plan de restauración municipal agroecológica a través de la participación en la mesa del Pacto de Milán.
- Mediación institucional con las compañías eléctricas, reforzando la acción en el caso de personas en situación de vulnerabilidad o pobreza energética.
- Elaboración de un estudio sobre la pobreza energética en la ciudad de Madrid. Los estudios publicados en este ámbito se refieren a la situación nacional y descienden únicamente al nivel de Comunidades Autónomas. Por primera vez, se elabora un estudio de la situación en el municipio de Madrid, con una propuesta metodológica propia, para conocer la situación en el conjunto de la ciudad y hacer una aproximación en sus distritos. Incluye propuestas y recomendaciones para paliar este fenómeno desde un enfoque también preventivo. El estudio completo puede consultarse dentro de los contenidos de consumo de la página web corporativa www.madrid.es/consumo.
- Introducción de mejoras ambientales en la elaboración de Códigos de Buenas Prácticas sectoriales.

VI.3 OTRAS ACTUACIONES EN MATERIA DE CONSUMO RESPONSABLE

Fomento de la madera sostenible

- **Utilización de productos forestales certificados**

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

Con este objetivo, mediante el vigente Decreto de 15 de junio de 2010, el Ayuntamiento de Madrid incorpora criterios ambientales y sociales en los contratos municipales de adquisición de productos forestales, fomentando el uso de los productos con certificación ecológica con sello FSC, PEFC o similar. Dentro de esta actuación municipal, el Instituto Municipal de Consumo, al igual que en años anteriores, ha editado en papel de fibra virgen con certificado ecológico las diferentes publicaciones y carteles impresos en 2016.

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

En el ámbito de la madera sostenible, el Ayuntamiento de Madrid, a través del Instituto Municipal de Consumo, participó en el proyecto europeo *Sustainable Timber Action in Europe* (STAE) y, posteriormente, se integró en la coalición *Sustainable Tropical Timber Coalition* (STTC), junto con otros municipios, empresas, organizaciones no gubernamentales y diversos agentes sociales europeos. La STTC está liderada por la organización holandesa de colaboración público privada IDH, *The Sustainable Trade Initiative*, y tiene como fin último incrementar la demanda de madera tropical certificada como recurso natural de carácter sostenible en el conjunto de la Unión Europea.

El Ayuntamiento de Madrid desarrolló un plan de acción 2014-2015 con actuaciones de diagnóstico de la situación de compra de madera tropical en el Ayuntamiento de Madrid, de desarrollo normativo en relación con los productos forestales; de seguimiento y evaluación; así como otras dedicadas a la

formación interna y a la difusión y promoción del uso de la madera tropical sostenible a otras autoridades locales. Como apoyo a estas labores se emplearon las versiones españolas de las guías desarrolladas en el proyecto europeo: "Compra de madera sostenible. Una guía para responsables de compra pública en Europa", y la destinada a las empresas suministradoras, "Suministro de madera para el sector público", en la que se describen los aspectos a cumplir por parte de productores y distribuidores de estos productos. Ambas guías están disponibles dentro de las publicaciones de la página web corporativa.

La participación en la coalición STTC se ha realizado a través del convenio con la Fundación Comercio para el Desarrollo (COPADE), que es el socio de la coalición encargado de la coordinación de 6 participantes españoles. Durante el año 2016 se ha procedido a realizar la justificación ante la organización holandesa de la financiación de 12.000 euros recibidos para la ejecución del Plan 2014-2015 y se inició la preparación de nuevo plan de acción para su desarrollo en el próximo ejercicio para cuyo desarrollo se suscribirá un nuevo convenio de colaboración.

Fomento de consumo de productos de la pesca sostenible certificada

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

El Ayuntamiento de Madrid, a través del Área de Gobierno de Salud, Seguridad y Emergencias, y MSC firmaron el 25 de mayo de 2016 un nuevo convenio, que recoge actividades de difusión de dicha certificación para contribuir a que los madrileños conozcan los problemas asociados a la sobrepesca y esta alternativa de consumo responsable de productos del mar.

En ejecución de esta colaboración se ha realizado, como en años anteriores, una campaña de difusión sobre la pesca sostenible certificada, que bajo el lema "La gente que cuida los océanos mola" tiene por objeto reforzar el compromiso de las personas consumidoras más concienciadas y elegir productos del mar con la ecoetiqueta MSC.

LÍNEA DE ACCIÓN VII

TRANSPARENCIA Y CALIDAD EN LA ACTUACIÓN MUNICIPAL

El Ayuntamiento de Madrid, a través de la reciente Ordenanza de Transparencia de la Ciudad de Madrid, incorpora ésta como uno de los ejes fundamentales de actuación en la gestión pública municipal. Tal y como reconoce su preámbulo, la transparencia es una apuesta decidida por la modernización de la Administración y constituye al mismo tiempo un compromiso con la ciudadanía que no solo mejora la eficacia y rendimiento de la acción administrativa, al hacer públicos sus resultados, sino que legitima su actuación acercándola a ésta. De este modo los/as ciudadanos/as pueden conocer cuestiones relativas a la toma de decisiones que les afectan y al manejo de los fondos públicos y los poderes públicos se someten al control ciudadano para dar respuesta a una sociedad crítica, avanzada y participativa.

En cumplimiento de la citada ordenanza municipal, en 2016 en fase de preparación, y de la Ley 19/2013, de 9 de diciembre, de transparencia, acceso a la información pública y buen gobierno, el Instituto Municipal de Consumo preveía en su Plan de acción 2016 la publicación, a través de la página web corporativa www.madrid.es/consumo, de una serie de documentos con información de carácter institucional, de planificación, otros relativos al ejercicio de su actividad, materiales divulgativos, así como cuestiones de relevancia jurídica.

Por otra parte, desde hace varios años, se viene implementando una política de mejora continua de la calidad de los servicios que se prestan a los/as ciudadanos/as a través de la acreditación conforme a la Norma ISO 9001 que tiene el Servicio de Inspección de Consumo y de la Carta de Servicios con que cuenta la Oficina Municipal de Información al Consumidor, que en 2015 fue certificada por AENOR, manteniendo actualmente dicha certificación.

VII.1 PUBLICIDAD ACTIVA

El Instituto Municipal de Consumo, en aras de la transparencia en la gestión municipal pública, durante el ejercicio 2016 ha publicado y/o actualizado a través de la página web municipal, entre otros, los siguientes contenidos, durante el ejercicio 2016:

- Plan de acción en materia de consumo 2016
- Memoria anual de actividad 2015
- Las campañas de inspección programadas en 2016 y sus protocolos con carácter previo a su ejecución
- Los informes de evaluación de las campañas de inspección ejecutadas
- Actualización de las empresas adheridas al Sistema Arbitral de Consumo y a los distintos Códigos de Buenas Prácticas sectoriales
- Los Códigos de Buenas Prácticas sectoriales aprobados y documentación asociada

- Los materiales divulgativos sobre consumo dirigidos a las personas consumidoras o a los sectores empresariales
- Actualización de la composición de los órganos colegiados constituidos: Consejo Municipal de Consumo y del Foro Municipal de Comercio Justo
- La Carta de Servicios de la OMIC y la información referida a su evaluación anual, incluyendo un informe relativo a la valoración ciudadana del servicio
- Los resultados de la encuesta de satisfacción del Servicio de Inspección, certificado conforme a la norma ISO 9001

VII.2. PORTAL DE DATOS ABIERTOS

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

Desde marzo de 2014 se encuentran disponibles como datos abiertos en los formatos CSV, GEO, RDF, XML las ubicaciones, horarios, datos de contacto de la Junta Arbitral de Consumo, de las 22 oficinas de la OMIC del Ayuntamiento de Madrid, con información georreferenciada, así como el listado de las empresas adheridas al Sistema Arbitral de Consumo y a Códigos de Buenas Prácticas, información que se mantiene vigente a través de la actualización del espacio de consumo de la web corporativa.

Como novedad y, en atención a una petición ciudadana, durante el año 2016 se ha incorporado un nuevo contenido al portal de datos abiertos, 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 de consumo realizadas por el Instituto Municipal de Consumo y los Distritos en los establecimientos ubicados en la ciudad de Madrid que ofertan productos y servicios a las personas consumidoras. 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, que se actualizan trimestralmente, parten del comienzo del tercer trimestre de 2016 y están basados en la información recogida en la aplicación informática SIGSA sobre la que se gestiona la inspección municipal en materia de consumo.

VII.3. CARTA DE SERVICIOS DE LA OMIC



Como exponente de la política de calidad e implicación en la mejora del servicio prestado por el Ayuntamiento de Madrid, la OMIC cuenta desde 2008 con carta de servicios. En ella se recogen actualmente 7 compromisos con el ciudadano, que son evaluados anualmente por medio de un conjunto de 17 indicadores.

La revisión tiene que ver, en suma, con las indicaciones realizadas por la evaluación externa efectuada por AENOR y se relacionan con la concreción de umbrales temporales de cuantificación.

A este respecto y, como consecuencia de esta evaluación, la Carta de Servicios de la OMIC ha obtenido el Certificado AENOR, en reconocimiento y evidencia de la conformidad de su Carta de Servicios con la norma UNE 93200:2008.

Durante el año 2016 se realizó la séptima evaluación de indicadores de la Carta, correspondiente al año inmediatamente anterior. Sus resultados reflejan los valores obtenidos en el conjunto de las 22 oficinas con que cuenta la OMIC.

**Resultados de la evaluación de la Carta de Servicios de la OMIC
realizada en 2016, sobre los datos de 2015**

Descripción Indicador	Valor del compromiso	Resultado 2015
Porcentaje de usuarios/as satisfechos con la información y orientación recibidas en la OMIC	80%	82,60%
Satisfacción media de los/las usuarios/as con la preparación del personal de la OMIC para realizar su trabajo	8	8,08
Satisfacción media de los/las usuarios/as con la amabilidad y cortesía del personal que lo ha atendido en la OMIC	8	8,55
Satisfacción media de los/las usuarios/as con la claridad y comprensibilidad de la información recibida	8	8,40
Porcentaje de usuarios/as satisfechos con el trato recibido en la OMIC	80%	80,88%
Porcentaje de citas previas que se ofrecen con una demora igual o menor de 10 días naturales, en la OMIC	75%	94,37%
Porcentaje de reclamaciones que son tramitadas en la OMIC en un plazo máximo de 2 meses	80%	80,93%
Porcentaje de mediaciones positivas para la persona consumidora en las que la OMIC municipal ha realizado labores de mediación	35	46,78%
Quejas o reclamaciones recibidas al año en relación con una información no actualizada sobre la OMIC en la página web	-	0
Actualizaciones realizadas en la página Web de la OMIC	100	183
Porcentaje de sugerencias, reclamaciones y felicitaciones relativas a los servicios prestados por la OMIC contestadas dentro de los 15 días siguientes a su presentación	-	44,64 ⁴
Sugerencias, reclamaciones y felicitaciones relativas a los servicios prestados por la OMIC	-	56 ⁴
Tiempo medio de contestación de las sugerencias, reclamaciones y felicitaciones relativas a los servicios prestados por la OMIC	30	25 ⁴
Porcentaje de sugerencias, reclamaciones y felicitaciones relativas a los servicios prestados por la OMIC contestadas en menos de 3 meses.	100	94,64 ⁴
Porcentaje de sugerencias, reclamaciones y felicitaciones relativas a los servicios prestados por la OMIC contestadas en un plazo menor o igual a 30 días desde su presentación	60	69,64 ⁴

⁴ Estos 4 indicadores se han modificado como consecuencia de la aprobación de la Carta de Servicios de Sugerencias y Reclamaciones. Su última actualización es de 29 de abril de 2016. Conforme a lo previsto en dicha Carta de Servicios, estos indicadores han de incluirse obligatoriamente en todas las demás Cartas y medirse contando desde el día de su presentación por parte del ciudadano, por lo cual su valor toma en consideración no solamente el tiempo que tardan en contestarse en la OMIC, sino también el tiempo de demora en su asignación por parte del servicio central que recibe todas las sugerencias y reclamaciones del Ayuntamiento de Madrid.

Examinando los resultados obtenidos en el proceso de evaluación 2016, resultan especialmente destacables los que hacen referencia a la valoración ciudadana de las labores que este servicio municipal desarrolla. Para su cálculo se realizaron un total de un total de de 4.138 encuestas en las 22 oficinas que prestan este servicio, de las cuales 2.504 se realizaron telefónicamente y 1.634 fueron recogidas en 19 oficinas distritales entre los/as usuarios/as que voluntariamente accedieron a rellenar o responder a las preguntas contenidas en el formulario de encuesta.

Los datos reflejan, por ejemplo, que un 82,60% están satisfecho/as o muy satisfechos/as con la orientación y el trato recibido en la OMIC, 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.

También es de destacar el indicador que muestra que casi la mitad 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 para la ciudadanía en la resolución de conflictos de consumo.

El contenido actualizado de la Carta de Servicios de la OMIC, junto con todos los datos relativos a las evaluaciones sucesivas de los indicadores de la OMIC se encuentran publicados en el "Observatorio de la Ciudad". También ha sido objeto de publicación el informe de resultados de la encuesta realizada para la evaluación de los cinco indicadores referidos a la valoración ciudadana del servicio, junto con su ficha técnica.

VII.4. SISTEMA DE CALIDAD UNE EN ISO 9001:2008 DEL SERVICIO DE INSPECCIÓN DE CONSUMO



ACREDITADO POR **ENAC**

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 y de empresariado madrileño referidos a servicios y productos no alimentarios.

En este sentido, 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 9001:2008, durante el periodo de transición de tres años que se ha estipulado para la implementación definitiva, de la nueva norma ISO 9001:2015, para el año 2018.

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 diarias que lleva a cabo, a fin de alcanzar los objetivos y compromisos de calidad asumidos por la dirección.

Anualmente se realiza una auditoría interna y otra externa en el Servicio, llevándose a cabo la auditoría interna en el año 2016 los días 26 y 27 de abril, no detectándose en ella no conformidad alguna. Por otra parte, la auditoría externa se realizó el día 21 de junio por el Instituto de Certificación CDQ, detectándose únicamente una observación que ha sido convenientemente subsanada.

EJECUCIÓN PRESUPUESTARIA

El presupuesto del programa 493.00 "Consumo" en el año 2016 ascendió a 4.169.208,34 euros de los cuales se destinaron a capítulo II 502.431,70€.

La ejecución presupuestaria de este programa una vez cerrado el correspondiente ejercicio 2016 fue del 94,32%. El detalle de dicho presupuesto aparece en la siguiente tabla.

	CRÉDITO DEFINITIVO	OBLIGACIÓN RECONOC.	%
1 GASTOS DE PERSONAL	3.572.525,34	3.429.950,17	96,01
10100 RETRIBUCIONES BÁSICAS	91.100,00	92.227,92	101,24
10101 OTRAS REMUNERACIONES	5.330,48	5.330,48	100,00
12000 SUELDOS DEL GRUPO A1	207.547,28	181.564,64	87,48
12001 SUELDOS DEL GRUPO A2	342.837,00	310.886,82	90,68
12003 SUELDOS DEL GRUPO C1	120.979,69	87.100,92	72,00
12004 SUELDOS DEL GRUPO C2	162.490,00	146.868,84	90,39
12006 TRIENIOS	188.725,00	183.990,04	97,49
12100 COMPLEMENTO DE DESTINO	520.574,74	475.506,23	91,34
12101 COMPLEMENTO ESPECÍFICO	1.102.549,91	1.019.538,35	92,47
12103 OTROS COMPLEMENTOS	152.680,51	148.678,87	97,38
15000 PRODUCTIVIDAD	45.434,00	56.755,95	124,92
16000 SEGURIDAD SOCIAL	632.276,73	620.332,40	98,11
16009 OTRAS CUOTAS	0,00	101.168,71	0,00
2 GASTOS EN BIENES CORRIENTES Y SERVICIOS	596.554,00	502.431,70	84,22
21300 REP.MAT.CON.S.MAQUIN.	160,00	158,13	98,83
22000 MATERIAL DE OFICINA ORDINARIO NO INVENTARIABLE	5.817,00	5.025,43	86,39
22001 PRENSA, REVISTAS, LIBROS Y OTRAS PUBLICACIONES	1.000,00	654,12	65,41
22107 IMPRESOS Y FORMULARIOS	21.620,00	12.433,23	57,51
22602 PUBLICIDAD Y PROPAGANDA	43.300,00	36.981,92	85,41
22606 REUNIONES, CONFERENCIAS Y CURSOS	29.000,00	28.601,82	98,63
22699 OTROS GASTOS DIVERSOS	3.711,00	3.663,33	98,72
22706 ESTUDIOS Y TRABAJOS TÉCNICOS	278.030,00	222.449,92	80,01
23010 DEL PERSONAL DIRECTIVO	0,00	0,00	0,00
23020 DEL PERSONAL NO DIRECTIVO	0,00	0,00	0,00
23110 GASTOS DE VIAJE DEL PERSONAL DIRECTIVO	0,00	0,00	0,00
23111 LOCOMOCIÓN URBANA PERSONAL DIRECTIVO	0,00	0,00	0,00
23120 GASTOS DE VIAJE DEL PERSONAL NO DIRECTIVO	0,00	0,00	0,00
26000 TRABAJOS REALIZ. POR INSTITUCIONES S.F. DE LUCRO	213.916,00	192.463,80	89,97
TOTAL CAPÍTULO 6	129,00	129,00	100,00
62302 ÚTILES HERRAMIENTAS	129,00	129,00	100,00
TOTAL	4.169.208,34	3.932.510,87	94,32