



**Comunidad de Madrid**

CONSEJERÍA DE ECONOMÍA E INNOVACIÓN TECNOLÓGICA

Dirección General de Consumo

# Consumo 2002



Memoria de actividades



**Madrid** innova

# CONSUMO 2002



*"La Memoria Anual de Actividades de la Dirección General de Consumo de la Comunidad de Madrid, constituye una excelente oportunidad para reflexionar sobre la evolución del marco socioeconómico en el que se desarrollan las relaciones de consumo y sobre las grandes líneas que han de configurar la política de consumo en los próximos años, planteadas siempre con el objetivo de dar soluciones y respuestas ágiles y eficaces a los problemas cambiantes de los consumidores madrileños, producto de una sociedad dinámica y de progreso".*

memoria de actividades



**Comunidad de Madrid**

CONSEJERÍA DE ECONOMÍA E INNOVACIÓN TECNOLÓGICA  
Dirección General de Consumo

Consumo 2002 - Memoria de actividades  
Dirección General de Consumo  
Consejería de Economía e Innovación Tecnológica  
COMUNIDAD DE MADRID

Dep. Legal: M-21.751-2003

Diseño: BLOCK, C.I.

Impresión: Marco Gráfico



Esta versión forma parte de la Biblioteca Virtual de la **Comunidad de Madrid** y las condiciones de su distribución y difusión se encuentran amparadas por el marco legal de la misma.



[www.madrid.org/publicamadrid](http://www.madrid.org/publicamadrid)



La Memoria Anual de Actividades de la Dirección General de Consumo de la Comunidad de Madrid, constituye una excelente oportunidad para reflexionar sobre la evolución del marco socioeconómico en el que se desarrollan las relaciones de consumo y sobre las grandes líneas que han de configurar la política de consumo en los próximos años, planteadas siempre con el objetivo de dar soluciones y respuestas ágiles y eficaces a los problemas cambiantes de los consumidores madrileños, producto de una sociedad dinámica y de progreso.

El año 2002 ha estado protagonizado por la entrada en vigor y aplicación del Reglamento de Protección de los Consumidores de la Comunidad de Madrid. Esta norma de desarrollo de la Ley autonómica de Protección de los Consumidores ha reforzado el papel de los órganos de coordinación y participación de los agentes sociales en las políticas de consumo, como son el Consejo de Consumo de la Comunidad de Madrid y el Comité Técnico de Seguridad en el Consumo; ha regulado detalladamente los Códigos de Buenas Prácticas ligados a símbolos de calidad empresarial, lo cual, nos ha permitido aprobar un Código de Buenas Prácticas en materia de contratación del servicio de enseñanza no reglada; ha extendido la obligatoriedad de disponer de hojas de reclamaciones a todos los sectores empresariales y profesionales; y, entre otras medidas, ha fortalecido la coordinación de la política de consumo con los Ayuntamientos y Corporaciones Locales de la Comunidad con la creación de un Registro de Servicios Municipales de Consumo y de un órgano de coordinación, colaboración, consulta y asesoramiento entre la Comunidad de Madrid y las Entidades Locales, la Comisión Regional de Política de Consumo.

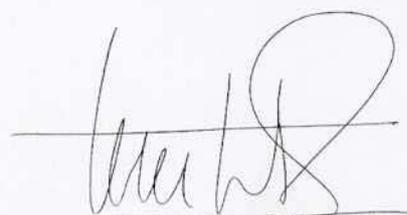
Otro de los grandes pasos en la política de consumo de la Comunidad de Madrid, ha sido la elaboración y puesta en marcha del PROYECTO ALCANCE 2002-2005, cuyo principal objetivo es el de acercar a todos ciudadanos madrileños los servicios de consumo, independientemente del mu-

nicipio en el que tengan su residencia, impulsando la participación de las entidades locales en la ejecución de actuaciones de defensa de los consumidores y usuarios.

El Proyecto contempla también la comarcalización o actuación a través de Mancomunidades de Municipios, con el fin de aunar esfuerzos y medios en las zonas que carecen de las infraestructuras necesarias, creando Oficinas Regionales de Información al Consumidor, que permitan unos servicios de consumo próximos y homogéneos en el ámbito de toda la Comunidad de Madrid, cuya gestión se realizará a través de Convenios de Colaboración con las Asociaciones de Consumidores, por lo que esta iniciativa supone también un importante avance en el fomento del asociacionismo de consumo, en la profesionalización de las asociaciones de consumidores y en la dirección de su financiación a la realización de actuaciones concretas de interés público.

Se ha trabajado también en la elaboración de normas de protección de los consumidores de carácter sectorial; en la realización de campañas de información, formación y educación de los consumidores con el fin de fomentar la prevención y el conocimiento por el consumidor de sus derechos y por los empresarios de sus obligaciones; y en el control de mercado, que agrupa las actividades de control de productos, inspección de servicios y de ejercicio de la potestad sancionadora para garantizar el cumplimiento de la normativa de protección de los consumidores.

Este balance de actuaciones y proyectos en marcha, ha de servir de punto de partida para abordar las nuevas orientaciones en materia de protección de los consumidores en los próximos años, en una sociedad en continuo proceso de cambio tanto en las estructuras de población como en los hábitos de consumo, cambios que nos van a dirigir hacia nuevos campos, sectores económicos y poblacionales sobre los que extender la protección de los consumidores y frente a los que debemos estar preparados.



M.ª Teresa Cuadrado Díez  
Directora General de Consumo

# Índice General

---



2585605700

---

1 -	Introducción . . . . .	7
2 -	Servicio de Orientación al Consumidor . . . . .	9
2.1 -	Información . . . . .	9
2.2 -	Resolución de conflictos . . . . .	17
2.3 -	Defensa del Consumidor y Corporaciones Locales . . . . .	24
2.4 -	Asuntos Generales . . . . .	40
3 -	Servicio de Control e Inspección . . . . .	43
3.1 -	Control e Inspección de productos . . . . .	44
3.2 -	Inspección de servicios . . . . .	59
3.3 -	Procedimiento sancionador . . . . .	68
4 -	Balance General . . . . .	75

# Servicio de Orientación al Consumidor

- 1 - Introducción
- 2 - Servicio de Orientación al Consumidor
  - 2.1 - Información.
  - 2.2 - Resolución de conflictos.
  - 2.3 - Defensa del Consumidor y Corporaciones Locales.
  - 2.4 - Asuntos Generales.

**D**entro de las distintas áreas de la Dirección General de Consumo, la orientación al consumidor supone el aspecto preventivo a través del cual el ciudadano adquiere conciencia de consumidor, con todo lo que ello conlleva: conocimiento de los derechos que como consumidor le asisten, sus obligaciones y la práctica a través de la comprensión, de lo que denominamos Consumo Responsable, Solidario y Sostenible.

Este aspecto preventivo se materializa a través tanto de la Dirección General de Consumo, como desde los Ayuntamientos, que han asumido competencias en consumo y de las Asociaciones de Consumidores, cuya participación en la política de consumo es cada vez mayor. Para ello es importante una estrecha colaboración, lo que se lleva a cabo a través de diversos foros en los que se coordinan las actuaciones. Así mismo, las Asociaciones Empresariales y otros agentes sociales, así como organismos e instituciones cuyas actuaciones afectan a los consumidores y usuarios participan en otros foros de diálogo como son el Consejo de Consumo.

Para dar a conocer los derechos de los consumidores la Dirección General de Consumo utiliza distintos instrumentos como son la información personalizada y divulgación general, la educación dentro de los programas escolares de enseñanza reglada y de consumidores adultos.

Sin olvidar la formación continuada de los profesionales que trabajan en consumo tanto en los Ayun-

tamientos, en las Asociaciones de Consumidores, como en la propia Dirección General.

A pesar de esta labor preventiva, en la sociedad en la que vivimos, se producen conflictos en las relaciones entre consumidores y prestadores de bienes y servicios, que pueden afectar a los intereses particulares o generales de los consumidores.

Los ciudadanos acuden a los Servicios de Consumo tanto para poner en conocimiento de la Administración sus reclamaciones y denuncias, como para conseguir soluciones rápidas y eficaces a sus problemas.

Su resolución, mediante el resarcimiento de sus peticiones sólo será posible si el empresario manifiesta la voluntad de solucionar el conflicto. En otro caso la Administración sólo podría actuar en defensa de los intereses generales de los consumidores mediante actuaciones de oficio cuyo final podrá ser la interposición de una sanción administrativa.

Desde el Servicio de orientación al Consumidor se gestionan los asuntos generales de la Dirección General y el Instituto Nacional de Arbitraje de Consumo, es decir, Registro General, atención al ciudadano, gestión económico-presupuestaria, mantenimiento, personal, parque móvil, etc.

Resumiendo, el Servicio de Orientación al Consumidor tiene las siguientes líneas de actuación:

- **Información**

Atención personalizada de consultas y divulgación general y específica sobre temas de consumo.

- **Gestión del Sistema Unificado de Reclamaciones (S.U.R.)**

Sistema a través del cual se coordina la distribución de las Hojas de Reclamaciones.

- **Códigos de Buenas Prácticas**

Promoción de la autorregulación de los sectores empresariales en defensa del consumidor.

- **Consejo de Consumo**

A través del Pleno y sus distintas comisiones se pretende conseguir una mayor eficacia en la política de defensa de consumidores y usuarios.

- **Resolución de conflictos**

Recogida, tratamiento y solución a través de la mediación de las reclamaciones de los consumidores a través de la mediación o su traslado a Organismos competentes

- **Educación y formación**

Formación de adultos y educación de jóvenes y de especialistas.

- **Fomento de la política regional de consumo**

Coordinación y apoyo a las actividades de los servicios municipales de consumo para lograr el máximo grado de eficacia y creación de nuevos servicios municipales de consumo.

- **Fomento del movimiento asociativo de consumo**

Coordinación y apoyo a las actividades de las organizaciones de consumidores.

- **El euro en circulación**

En conclusión, se trata de un conjunto de actividades destinadas a ofrecer orientación de forma cualificada, coherente y eficaz.

- **Día del Consumidor**

La celebración de este día, supone una toma de conciencia de las administraciones competentes en consumo y de los ciudadanos.

- **Asuntos Generales**

Gestión de los Asuntos Generales de la Dirección General de Consumo.



## 2. Servicio de Orientación al Consumidor

### 2.1 Información

Las actuaciones llevadas a cabo por el área de información se integran dentro de las siguientes líneas:

- Asesoramiento.
- Divulgación.

#### 2.1.1 Asesoramiento

##### Consultas

A través de esta línea de actuación se resuelven las consultas de los ciudadanos y empresas planteadas, respecto a temas de consumo.

Existen en la Dirección General de Consumo varias vías para la formulación de consultas:

- Teléfono del Consumidor.
- Otras vías:
  - Correo.
  - Personalmente por escrito.
  - e-mail.
  - Fax.

##### ►► Teléfono del Consumidor

En el primer semestre de 2002 se atendieron un total de 3.800 consultas.

En el segundo semestre se externalizó el Teléfono del Consumidor, ampliando su horario: de lunes a viernes de 9 a 14 h. y de 17 a 20 h. y los sábados de 10 a 14 h., instalando un buzón de voz que almacena las consultas durante las 24 horas del día.

Para su puesta en funcionamiento se contrató una línea 902 para evitar la diferencia de tarificación de las llamadas en función del municipio de origen de la misma.

El número de llamadas atendidas en total ha sido de 15.632.

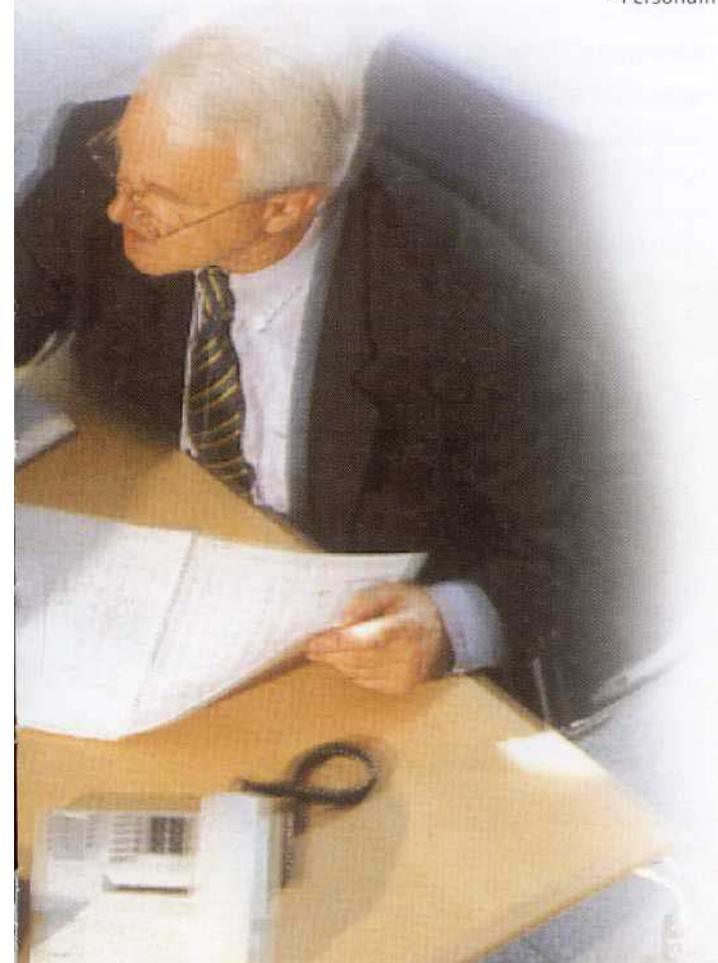
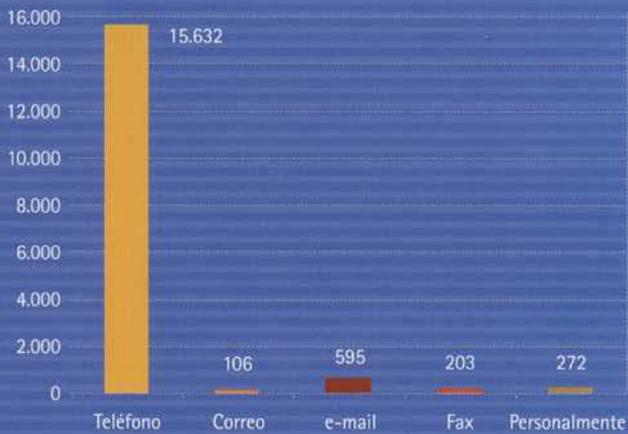


Figura 1 - Total de Consultas Respondidas



### » Otras vías

Además de la atención telefónica de la Dirección General de Consumo dispone de otras vías para resolver consultas de los consumidores como son: por correo, e-mail, fax y personalmente.

Por correo ordinario se han realizado un total de 106 consultas, principalmente en cuanto al sector de la vivienda.

Durante el primer trimestre de 2002 se creó en internet (consultas.consumo@madrid.org) un buzón público a través del cual los consumidores pueden mandar sus consultas. El total de consultas recibidas y contestadas por este novedoso medio ha ascendido a 595, siendo el sector más consultado en de vivienda.

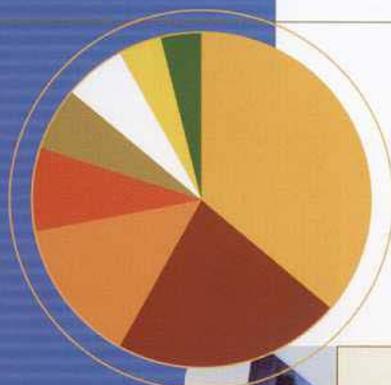
Por fax se han recibido 203 consultas.

Personalmente se atendieron 272 consultas.

El número total de consultas respondidas ha sido de 16.808, con la distribución que muestra la Figura 1.

Teniendo en cuenta los datos estadísticos existentes los 8 sectores más consultados a través de las diferentes vías son los siguientes (véase también Figura 2):

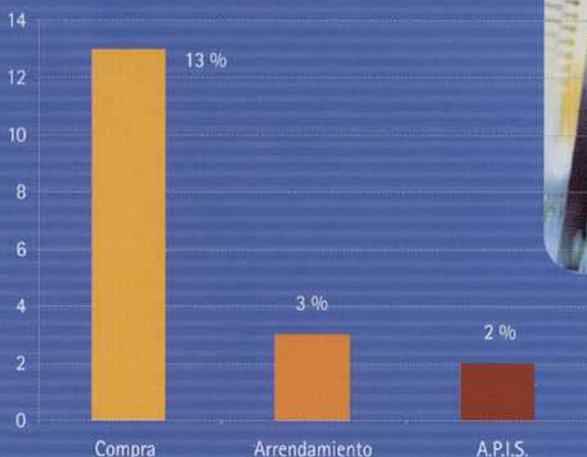
10



- Vivienda
- Telefonía fija
- Enseñanza no reglada
- Telefonía móvil
- Agencias de viajes
- Automóvil nuevo
- Bancos
- S.A.T.

### SECTORES MÁS CONSULTADOS

Figura 2 - Porcentaje de Consultas en el sector Vivienda



• Vivienda	18 %
• Telefonía fija	11 %
• Enseñanza no reglada	7 %
• Telefonía móvil	4 %
• Agencias de viajes	3 %
• Automóvil nuevo	3 %
• Bancos	2 %
• Servicios Asistencia Técnica (S.A.T.)	2 %

## Respuestas vinculantes

Otro de los procedimientos utilizados para resolver consultas es el establecido por la 8ª Conferencia Sectorial de Consumo. A través de este procedimiento se da respuesta a dudas de interpretación de la normativa vigente en consumo.

El mecanismo es el siguiente: Se eleva la consulta al Instituto Nacional de Consumo (I.N.C.) con una propuesta de interpretación que se elevará a las Comunidades Autónomas, para su contestación, y el I.N.C., resolverá una interpretación general de la que da traslado a la empresa consultante. Bajo este sistema la respuesta así obtenida se denomina RESPUESTA VINCULANTE.

La Dirección General ha formulado 23 consultas, como consecuencia de consultas formuladas por empresas ubicadas en la Comunidad de Madrid y referidas fundamentalmente a interpretaciones normativas de etiquetado. Por otro lado, se han gestionado las consultas que han sido remitidas desde el I.N.C., acogidas a este procedimiento. De las 85 consultas tramitadas de acuerdo con este procedimiento, 65 fueron resueltas antes de finalizado el año.

## Centro de Documentación Regional de Consumo

Durante el año 2002, la actividad del CENTRO DE DOCUMENTACIÓN REGIONAL DE CONSUMO ha sido la siguiente:

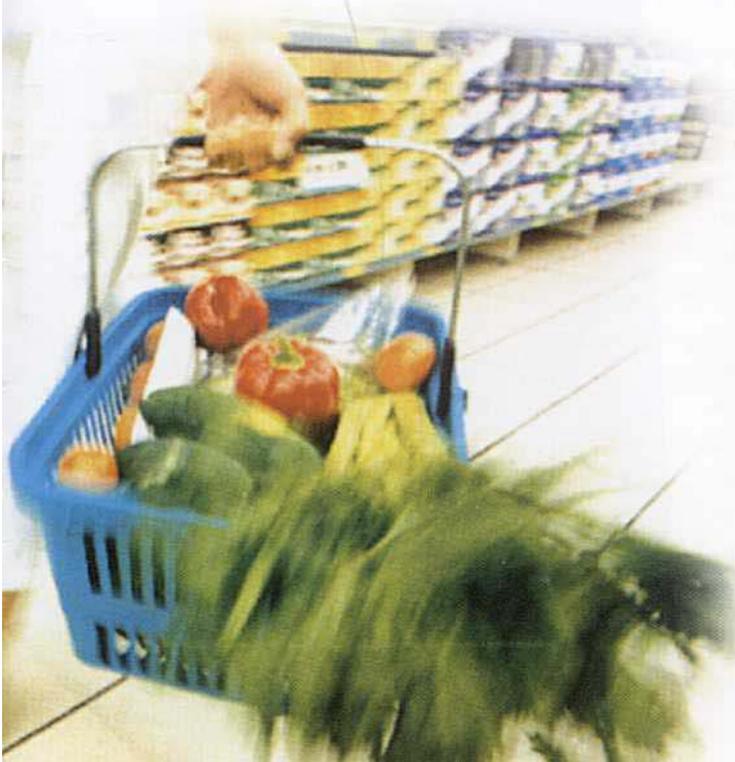
- **Boletín Informativo Regional de Consumo**

Durante el año 2002, se han elaborado 5 números, el contenido de este boletín es una recopilación de la actualidad normativa en el periodo considerado, de las Respuestas Vinculantes, de las sentencias de los tribunales en el ámbito del consumo, literatura gris, es decir bibliografía: boletines, informes, etc., sobre consumo y los sumarios de las revistas recibidas y normas AENOR.

- **Bases de Datos de Documentación**

En la actualidad se cuenta con los siguientes registros:

- **Legislación**  
5.606 normas de ámbito municipal, regional, nacional y europea.
- **Biblioteca**  
831 volúmenes catalogados.
- **Hemeroteca**  
5.191 artículos de consumo.
- **Respuestas Vinculantes**  
542 informes.
- **Jurisprudencia**  
794 sentencias de diferentes Tribunales de Justicia.
- **Documentación gris**  
416 documentos.
- **Normas AENOR**  
77 normas.



## 2.1.2 Divulgación

### Campañas de Información

#### ▶▶ Divulgación del Sistema Unificado de Reclamaciones

El Sistema Unificado de Reclamaciones se puso en marcha el 23 de abril en virtud de la aplicación del Decreto 152/2001, de 13 de septiembre, por lo que se aprueba el Reglamento de la Ley 11/1998 de 9 de julio de Protección de los Consumidores de la Comunidad de Madrid. Para su difusión se celebró un acto de presentación que contó con la presencia de representantes y asociados de numerosas Asociaciones Empresariales, Colegios Profesionales, Asociaciones de Consumidores y de la Administración Pública.

En dicho acto, cuyo lema fue "HOJA DE RECLAMACIONES... Un sistema que beneficia a todos", se puso de manifiesto la importancia de este sistema como instrumento para resolver los conflictos entre consumidores y empresarios.

Además de este acto de presentación del S.U.R., se realizó una campaña publicitaria en el mes de abril, en colaboración con IMADE, en prensa y radio, diri-

gida principalmente a los empresarios y profesionales de la Comunidad de Madrid.

Para apoyo de la divulgación de este sistema se editaron 45.000 ejemplares de un díptico titulado "Hojas de reclamaciones... un sistema en beneficio de todos" que se distribuyó principalmente a las Oficinas Municipales de Información del Consumidor de la Comunidad de Madrid (OMIC), y Asociaciones de Consumidores y Oficinas de Atención al Ciudadano de la Comunidad de Madrid, posteriormente se ha reeditado para su distribución a las Asociaciones Empresariales que han suscrito Convenio de Colaboración para la distribución de hojas de reclamaciones.



#### ▶▶ Centro de Diagnóstico de Vehículos

El centro de Diagnóstico de Vehículos nos remitió un folleto que fue distribuido a OMIC y Asociaciones de Consumidores.

#### ▶▶ Derechos de los Consumidores en el Servicio de Telecomunicaciones

En colaboración con el Instituto Nacional del Consumo y dentro de la programación anual realizada, se editaron 45.000 ejemplares de un folleto de información para difundir lo dispuesto en la Orden 361/2002, de 14 de febrero que desarrolla, en lo relativo a los derechos de los usuarios y a los servicios de tarificación adicional, el Título IV del Real Decreto 1736/98, que aprueba el Reglamento de desarrollo del Título III de la Ley General de Telecomunicaciones, que se distribuyó a las entidades competentes en consumo y Asociaciones de Consumidores.



## » Código de Buenas Prácticas

En septiembre de 2002 fue aprobado el Código de Buenas Prácticas en materia de contratación del Servicio de Enseñanza No Reglada por el Pleno del Consejo de Consumo.

Para su difusión se presentó dicho Código en un Acto celebrado el 4 de diciembre al que asistieron tanto empresarios del sector como asociaciones de consumidores y representantes de las Administraciones Públicas con competencias en consumo.

En este Acto se celebró una mesa redonda en la que participaron representantes del INC, Asociaciones Empresariales del sector (AMACFE y ANCED) y de las Asociaciones de Consumidores del Consejo de Consumo (CECU).

Para la difusión de este Código de Buenas Prácticas se elaboró una guía que contiene el texto íntegro del Código y un folleto divulgativo con los aspectos más importantes que fue distribuido a las Asociaciones Empresariales Sectoriales, a las Asociaciones de Consumidores y a las OMIC.



Además se realizó un video que fue promocionado en una Campaña de Difusión en Telemadrid TV con 17 spot de 20 segundos, en la segunda quincena de diciembre y 20 cuñas de 20 segundos en Telemadrid Radio.

## Información en la "Red"

Durante 2002 se ha trabajado en un ambicioso proyecto de información a través de Internet, cuyo objetivo es ofrecer a todos los consumidores y usuarios una información básica sobre sus derechos, con-

sejos básicos y forma e institución ante la cual presentar una reclamación sobre cualquier área del consumo. Esperan tener operativo, al menos en parte, este proyecto en 2003.

## Notas informativas

Una de las actividades novedosas realizadas durante 2002, fue la elaboración de Notas Informativas destinadas a difundir, directamente y a través de los principales servicios de atención al consumidor

y al ciudadano de la Comunidad de Madrid, informaciones relevantes sobre diversos temas de actualidad.

### ▶▶ Caso Opening

Debido a la alarma social producida por el cierre de las academias de enseñanza no reglada "Opening" se difundió una Nota Informativa a los usuarios de este servicio.

### ▶▶ Caso Oxford

Igualmente se redactó y difundió una Nota Informativa ante el cierre de estas academias de Enseñanza no reglada.

### ▶▶ Código de Buenas Prácticas en materia de contratación del Servicio de Enseñanza no Reglada

Con el fin de difundir este Código se elaboró una Nota Informativa, en la que se describían los aspectos más importantes de este Código de Buenas Prácticas.

## 2.1.3 Gestión del Sistema Unificado de Reclamaciones

El Decreto 152/2001, de 13 de septiembre, por el que se aprueba el Reglamento de la Ley 11/1998, de 9 de julio, de Protección de los Consumidores de la Comunidad de Madrid, publicado el 3 de octubre, establece un Sistema Unificado de Reclamaciones que determina que todas las personas físicas o jurídicas, establecimientos y profesionales que comercialicen bienes o presten servicios directamente a los consumidores como destinatarios finales están obligados a tener a disposición de éstos las Hojas de Reclamaciones y a exhibir un cartel informativo, según el modelo oficial, en el que figure la leyenda "Existen hojas de reclamaciones a disposición del consumidor" siendo competentes para su edición y distribución los Ayuntamientos que hayan asumido la competencia y la Comunidad de Madrid en el sector de la venta ambulante y en el resto de Ayuntamientos.

En virtud de sus competencias la Dirección General de Consumo de la Comunidad de Madrid ha distribuido durante 2002, 2.076 hojas de reclamaciones y ha suscrito Convenios de Colaboración en materia de hojas de reclamaciones con 9 Asociaciones de Empresarios.



- **A.E.E.S.C.A.M.**  
(Asociación de Empresarios de Estaciones de Servicio de la CAM).
- **A.P.I.E.M.**  
(Asociación Profesional de Empresarios de Instalaciones Eléctricas y Telecomunicaciones de Madrid).
- **A.S.E.F.O.S.A.M.**  
(Asociación de Empresarios de Fontanería, Saneamiento, Gas, Calefacción, Climatización, Electricidad, Mantenimiento y afines de Madrid).
- **A.E.S.O.R.**  
(Asociación de Empresarios de Soto del Real).
- **A.C.E.G.**  
(Asociación de Comerciantes y Empresarios de Guadarrama).

- **F.E.C.O.A.M.**

(Federación de Comerciantes Ambulantes de la Comunidad de Madrid).

- **FEDERACIÓN CALÍ**

(Federación de Asociaciones Gitanas para la integración laboral y social, promoción y desarrollo del pueblo gitano-cali).

- **U.P.T.A.-U.G.T.**

(Unión de Profesionales y Trabajadores Autónomos).

- **A.S.E.M.P.A.M.**

(Asociación Provincial de Empresarios Fabricantes-Expendedores de Pan de Madrid).

Para la gestión de este sistema la Dirección General de Consumo ha elaborado una base de datos aprobada por la Agencia de Protección de Datos que ha sido suministrada a los órganos y entidades responsables de la distribución con el objeto de dar cumplimiento a lo dispuesto en el anteriormente mencionado Decreto 152/2001.

Dada la novedad de este sistema y para unificar su tratamiento a toda la Comunidad de Madrid, se elaboró el Protocolo de Interpretación del Sistema Unificado de Reclamaciones, cuyo objetivo es homogeneizar criterios para la gestión del S.U.R.

Desde su entrada en vigor, en julio de 2002, se han producido 9 consultas, de las cuales: 1 a instancia de la Dirección General de Consumo, 2 a instancia de la OMIC de Parla, 2 a instancia de la OMIC de Arganda del Rey, 1 a instancia de la OMIC de San Fernando de Henares, 1 a instancia de la OMIC de Torrejón de Ardoz, 1 a instancia de la OMIC de Aranjuez, 1 a instancia de la OMIC de Alcorcón.

Se han emitido 7 informes definitivos y 1 básico. Una consulta está pendiente de emisión de informe básico.

## 2.1.4 Códigos de Buenas Prácticas

El Decreto 152/2001, de 13 de septiembre, por el que se aprueba el Reglamento de la Ley 11/1998, de 9 de julio, de Protección de los Consumidores de la Comunidad de Madrid, publicado el 3 de octubre, desarrolla la regulación de los Códigos de Buenas Prácticas y de los Símbolos de Calidad Empresarial con el fin de promover la autoregulación de los sectores empresariales en la defensa del consumidor.

En base a esta regulación la Dirección General de Consumo empezó a trabajar en la realización de un Código de Buenas Prácticas para el sector de la Enseñanza no Reglada recogiendo la petición realizada por el sector empresarial.

Dicho Código se elaboró y se aprobó en el seno del Consejo de Consumo de la Comunidad de Madrid, suscribiendo posteriormente un Acuerdo

con las Asociaciones Empresariales AMACFE y ANCED para su difusión y puesta en marcha, así mismo se reguló el sistema por Orden 9665/2002, de 29 de octubre, de la Consejería de Economía e Innovación Tecnológica por la que se regula la concesión del símbolo de Buenas Prácticas en materia de protección al Consumidor (B.O.C.M., 4 noviembre de 2002).

15



## 2.1.5 Consejo de Consumo

El Consejo de Consumo de la Comunidad de Madrid, regulado por Decreto 152/2001 de 13 de septiembre, ha proseguido con su actividad habitual a lo largo del año 2002, a través de sus distintas actuaciones tanto en Pleno, como en Comisiones; ha continuado su trabajo como órgano asesor, participativo y de consulta en materia de consumo, para conseguir una mayor eficacia en la política de defensa de los consumidores y usuarios.



Reglamento de Régimen Interior del Consejo de Consumo. Las funciones, composición y régimen del mismo se establecen en el citado Decreto 152/2001 de 13 de septiembre y ajustará su funcionamiento y organización interna a dicho Reglamento Interno, y en lo no previsto en las dos normas anteriores, se aplicará lo dispuesto en el Capítulo II del Título II de la Ley 30/1992 de 26 de noviembre, de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y del Procedimiento Administrativo Común.

- En relación con el Sistema Unificado de Reclamaciones está en trámite la creación de una Comisión para unificar criterios con el resto de las Consejerías de la Comunidad de Madrid que disponen de normativa sobre hojas de reclamaciones dentro del ámbito de sus competencias y así facilitar la aplicación del Sistema Unificado de Reclamaciones.
- Se ha elaborado y aprobado el Código de Buenas Prácticas de Enseñanza no Reglada.
- Se ha continuado con la labor de dar audiencia y emisión de informes sobre las normas que han sido presentada al consejo de Consumo.

En este año destacan las siguientes actuaciones singulares:

- Mediante Orden 1264/2002 de 2 de abril, del Consejero de Economía e Innovación Tecnológica, se procedió a renovar a los miembros del Consejo de Consumo, para así adaptarlo a lo establecido en los artículos 5 y 6 del Decreto 152/2001, de 13 de septiembre, por el que se aprueba el Reglamento de la Ley 11/1998, de 9 de julio, de Protección de los Consumidores de la Comunidad de Madrid. Asimismo se nombró a los vocales de las distintas Comisiones del Consejo: Permanente, de Legislación, de Precios y de Organizaciones de Consumidores, y se constituyeron dos grupos de trabajo, uno para la elaboración del Reglamento de Régimen Interior del Consejo de Consumo y otro para la elaboración de un Código de Buenas Prácticas en materia de Educación a Distancia.
- Otra de las novedades a destacar durante este año ha sido la elaboración y aprobación del



## 2.2 Resolución de conflictos

### 2.2.1 Recepción y tramitación de Denuncias y Reclamaciones

Una de las áreas de actividad del Servicio de Orientación al Consumidor es la recepción de reclamaciones y denuncias presentadas por los consumidores/usuarios, su tramitación, si procede a través de la mediación, cuyo objetivo es resolver las reclamaciones individuales mediante la avenencia de las partes (ciudadano/empresario) a resolver el conflicto de consumo de manera voluntaria.

También se realiza el traslado a los organismos, que según la normativa vigente, son competentes en materia de consumo.

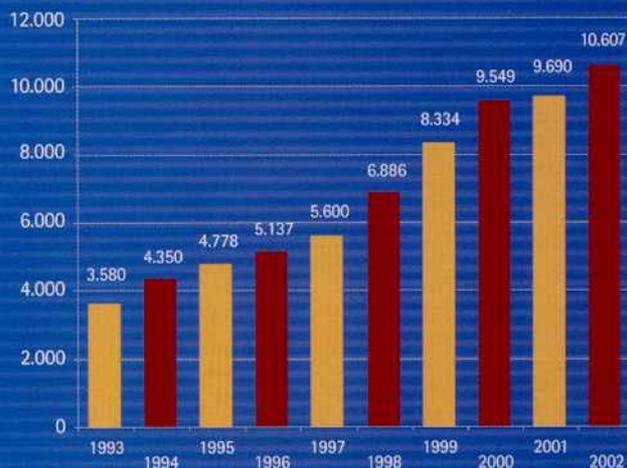
En este área se han recibido, en el año 2002, 10.607 y se han tramitado 12.590 de las cuales han quedado pendientes 1.354.

Los resultados obtenidos son los que a continuación se desarrollan.

#### Reclamaciones/ Denuncias recibidas

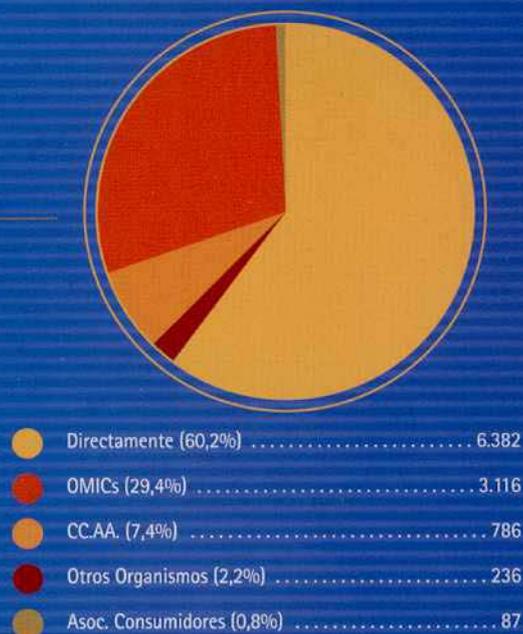
En 2002 se han recibido 10.607 reclamaciones/denuncias, frente a las 9690 que se recibieron en 2001, lo que supone un incremento del 9,46% de reclamaciones formuladas ante la Dirección General de Consumo, Servicio de Orientación al Consumidor, dentro de la dinámica de incremento en el número de reclamaciones que se viene produciendo año tras año.

Figura 3 - Evolución Reclamaciones Recibidas



17

Figura 4 -  
Origen de las Reclamaciones



► Tramitación de Reclamaciones y Denuncias

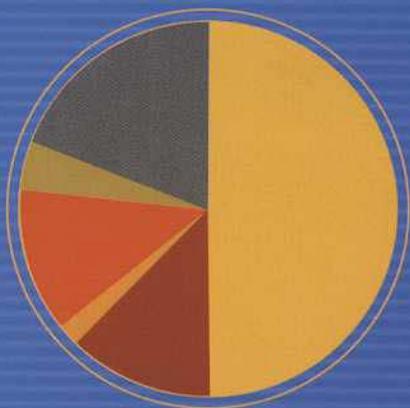
TRAMITACIÓN DE RECLAMACIONES Y DENUNCIAS



• Recibidas	10.607
• Trasladas a otros Organismos	2.693
• Tramitadas a través de Mediación	4.388
Mediación favorables .....	881
Mediación no favorable .....	134
Imposibilidad de gestiones y otros archivos .....	1.451
En trámite .....	1.361
Mediación negativa y traslado a Inspección .....	575
Mediación negativa y traslado a IRAC .....	28
• Trasladas a Control de Mercado	2.055
Directas .....	1.480
Después de Mediación .....	575
• Trasladas al Instituto Regional de Arbitraje de Consumo	2.069
Directas .....	2.041
Después de Mediación .....	28

18

Figura 5 - Reclamaciones y Denuncias (por sectores)



● Servicios (49,6%) .....	5.264
● Suministros (19,1%) .....	2.024
● Reformas hogar (4,1%) .....	433
● Vivienda (12,7%) .....	1.348
● Alimentación (2,0%) .....	213
● Bienes (12,5%) .....	1.324

## ► Análisis de las Reclamaciones (por sectores)

Datos de Reclamaciones/Denuncias registradas en 2002.

### • Sector Alimentación

Este sector es el que tiene menos peso en materia de reclamaciones. Supone el 2% de las mismas, un total de 213.

El subsector más reclamado es el Grandes superficies con 108 reclamaciones.

#### Reclamaciones tramitadas: ALIMENTACIÓN

• Traslados a otros Organismos	108
• Mediaciones favorables	14
• Mediaciones desfavorables	1
• Imposibilidad de gestiones y otros archivos	20
• Inspección (directa o después de mediación)	35
• Traslado a JAC (directa o después de mediación)	11
• En trámite	24
<b>TOTAL</b>	<b>213</b>



### • Sector Bienes

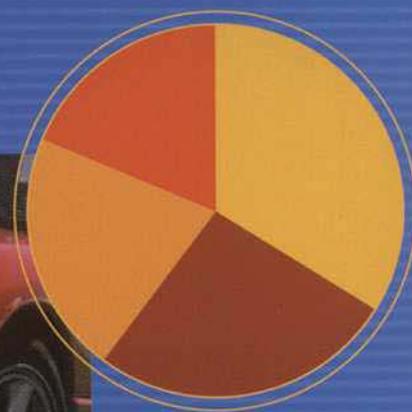
Han sido 1.324, un 12,48% de las reclamaciones recibidas.

#### Reclamaciones tramitadas: BIENES

• Traslados a otros Organismos	324
• Mediaciones favorables	161
• Mediaciones desfavorables	19
• Imposibilidad de gestiones y otros archivos	166
• Inspección (directa o después de mediación)	253
• Traslado a JAC (directa o después de mediación)	194
• En trámite	205
<b>TOTAL</b>	<b>1.324</b>



Figura 6 – Sector Bienes  
Subsectores más reclamados



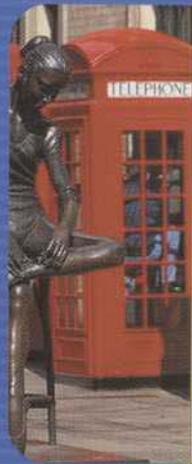
● Automóvil nuevo	234
● Muebles	182
● Informática	141
● Teléfonos móviles	128

• Sector Servicios

El número total de reclamaciones en este sector ha sido 5.264 reclamaciones. esto supone el 49,62 % de las reclamaciones recibidas. Este sector se ha incrementado en un 14,86%.

El número de reclamaciones de enseñanza no reglada se ha incrementado este año en un 362,17% (en el año 2001 fueron 156), debido a los problemas surgidos con el cierre de algunas academias, dado el número de consumidores afectados.

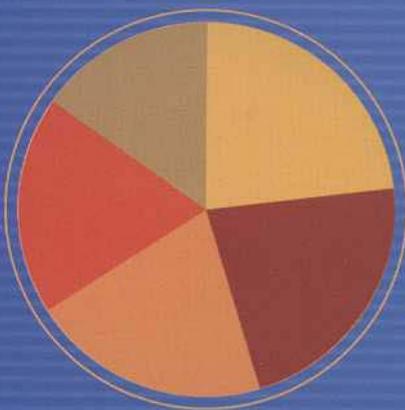
Reclamaciones tramitadas:  
SERVICIOS



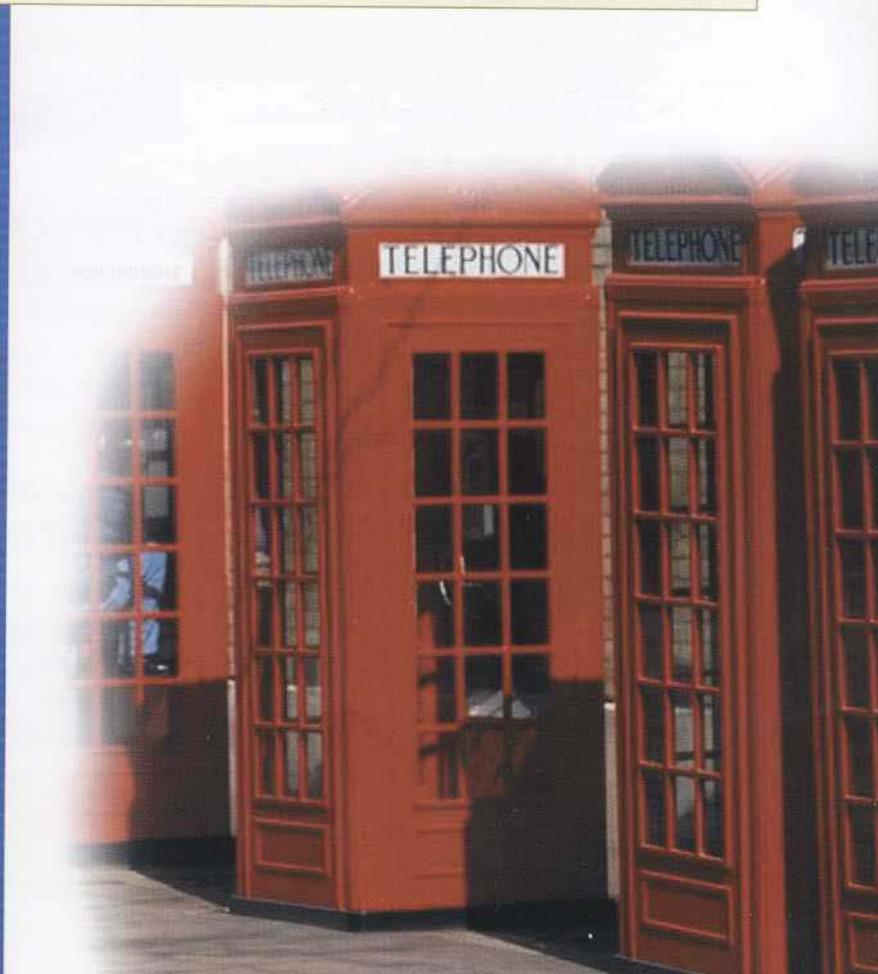
• Traslados a otros Organismos	1.879
• Mediaciones favorables	354
• Mediaciones desfavorables	48
• Imposibilidad de gestiones y otros archivos	668
• Inspección (directa o después de mediación)	1.151
• Traslado a JAC (directa o después de mediación)	721
• En trámite	423
<b>TOTAL</b>	<b>5.264</b>

20

Figura 7 – Sector Servicios  
Subsectores más reclamados



● Enseñanza no reglada	721
● Gasolineras	691
● Talleres de automóviles	637
● Tintorerías	587
● Servicios Asistencia Técnica (S.A.T.)	479



## • Sector Suministros

El número de reclamaciones de este sector ha sido 2.024, el 19,08% del total de reclamaciones recibidas.

El subsector que más se ha incrementado en número de reclamaciones ha sido el de telefonía fija con 1.091 reclamaciones, lo que ha supuesto el 43,55% de incremento con respecto al año 2001. Gran parte de este incremento ha podido deberse a que en este subsector se han incluido también las reclamaciones por prestación del servicio de Internet, objeto de gran número de conflictos.

Reclamaciones tramitadas:

### SUMINISTROS

• Traslados a otros Organismos	172
• Mediaciones favorables	167
• Mediaciones desfavorables	18
• Imposibilidad de gestiones y otros archivos	347
• Inspección (directa o después de mediación)	202
• Traslado a JAC (directa o después de mediación)	973
• En trámite	144
<b>TOTAL</b>	<b>2.024</b>



## • Sector Reformas del hogar

El número total de reclamaciones de este sector ha sido 433, supone un 4,08% del total de las reclamaciones recibidas. Habiéndose incrementado pero muy ligeramente en relación al año 2001. El subsector más reclamado es el Reforma integral con 116 reclamaciones.

Reclamaciones tramitadas:

### REFORMAS DEL HOGAR

• Traslados a otros Organismos	47
• Mediaciones favorables	46
• Mediaciones desfavorables	16
• Imposibilidad de gestiones y otros archivos	75
• Inspección (directa o después de mediación)	109
• Traslado a JAC (directa o después de mediación)	49
• En trámite	90
<b>TOTAL</b>	<b>433</b>



• Sector Vivienda

El numero total de reclamaciones de sector ha sido de 1.348, supone un 12,7% de las reclamaciones recibidas.

El subsector que más reclamaciones ha recibido es el Compra de vivienda con 979 reclamaciones.

Reclamaciones tramitadas:

VIVIENDA



• Traslados a otros Organismos	144
• Mediaciones favorables	139
• Mediaciones desfavorables	32
• Imposibilidad de gestiones y otros archivos	175
• Inspección (directa o después de mediación)	305
• Traslado a JAC (directa o después de mediación)	121
• En trámite	430
<b>TOTAL</b>	<b>1.348</b>

»» **Análisis del resultado de la mediación**

Si tenemos en cuenta de las 4.388 reclamaciones tramitadas a través de mediación, aquellas en las que la gestión ha finalizado al acabar el año, esto es, 3.077 reclamaciones y que de ellas 1.451 se han archivado por imposibilidad de gestiones, no consumidor, renuncia u otros archivos, tendremos que de las 1.626 restantes han tenido resultado favorable 881 lo que supone un 54% de mediación favorable.

Reclamaciones tramitadas:

A TRAVÉS DE MEDIACIÓN



• Total de tramitaciones	4.388
• Mediaciones finalizadas	3.077
• Imposibilidad de gestión	1.451
<b>MEDIACIÓN FAVORABLE</b>	<b>5.4%</b>

»» **Análisis del tiempo de tramitación**

En 2002 han quedado en trámite 1.316 reclamaciones, lo que supone el 12,4% del total de las recibidas. El tiempo medio de las mediadas favorablemente es de 136,13 días.

## Reclamaciones tramitadas

Durante 2.002, además de las reclamaciones recibidas, se han tramitado 1.983 reclamaciones pendientes de años anteriores.

En total, por tanto se han tramitado en mediaciones 12.590 reclamaciones y han quedado pendientes 1.354.

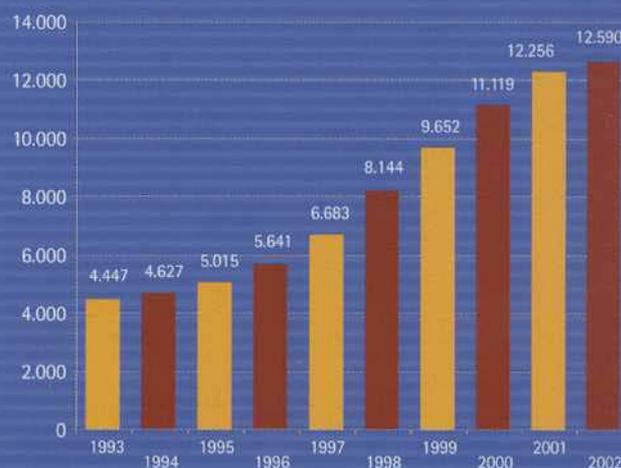
### RECLAMACIONES TRAMITADAS Y PENDIENTES

• Tramitadas 2002	12.590
Pendientes .....	10,75%
• Tramitadas 2001	12.256
Pendientes .....	12,84%
• Tramitadas 2000	11.119
Pendientes .....	16,40%
• Tramitadas 1999	9.651
Pendientes .....	16,30%
• Tramitadas 1998	8.144
Pendientes .....	16,50%
• Tramitadas 1997	6.683
Pendientes .....	18,50%
• Tramitadas 1996	5.641
Pendientes .....	18,70%
• Tramitadas 1995	5.015
Pendientes .....	14,50%
• Tramitadas 1994	4.627
Pendientes .....	13,00%
• Tramitadas 1993	4.447
Pendientes .....	15,00%



23

Figura 8 - Evolución Reclamaciones Tramitadas



## 2.3 Defensa del Consumidor y Corporaciones Locales

Las actuaciones llevadas a cabo por el área de educación y formación se integran dentro de las líneas:

- Educación.
- Formación.

### 2.3.1 Educación

La educación es un instrumento de la política de consumo para mejorar los conocimientos y la capacidad crítica de los ciudadanos sobre los distintos aspectos del consumo.

El objetivo que persigue es la preparación de consumidores críticos, responsables y solidarios.



TALLERES ESCOLARES DE CONSUMO POR MUNICIPIOS

Municipio	ALIMENTAC.		BANCOS		CL. RESIDUOS		COMPRA		CORREOS		EURO		ENVASES		ETIQ. ALIM.		JUGUETES	
	Tall.	Pers.	Tall.	Pers.	Tall.	Pers.	Tall.	Pers.	Tall.	Pers.	Tall.	Pers.	Tall.	Pers.	Tall.	Pers.	Tall.	Pers.
• Alcalá de Henares	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	24	-	-
• Algete	2	48	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
• Alcobendas	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2	50
• Alcorcón	18	456	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	26	681	20	522
• Boadilla del Monte	1	27	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	24	-	-	-	-
• Brunete	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	3	73
• Galapagar	1	25	1	26	1	24	-	-	-	-	1	23	1	24	1	25	-	-
• Getafe	1	28	-	-	-	-	-	-	-	-	6	160	-	-	3	79	-	-
• Madrid	8	208	1	27	-	-	-	-	4	106	2	52	2	54	3	78	5	135
• Mejorada del Campo	4	101	-	-	2	49	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
• Móstoles	9	233	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	27	713	20	528
• Parla	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
• Pinto	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
• Rivas-Vaciamadrid	6	148	-	-	-	-	-	-	-	-	8	196	-	-	2	48	12	301
• San Fernando Henares	2	54	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	7	180	-	-
• San Lorenzo Escorial	6	150	-	-	2	51	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	8	202
• Torrejón de Ardoz	14	370	3	78	2	53	-	-	4	105	3	79	2	54	-	-	8	213
• Valdemoro	-	-	3	77	1	27	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	17	450
• TOTAL	72	1.848	8	208	8	204	-	-	8	211	20	510	6	156	70	1.828	95	2.474

## Talleres Escolares de Consumo

Los talleres escolares se imparten dentro de la enseñanza reglada no universitaria, a los siguientes niveles educativos: Educación Primaria, Secundaria, Formación Profesional y Educación Especial.

Para mejorar la calidad de los talleres de Consumo que integran el Programa de Educación en la Escuela, potenciar la publicación de materiales didácticos y trabajar en una línea de colaboración con otras administraciones administrativas competentes en materia de Educación, se ha externalizado la ejecución del programa de educación en la escuela 2003 (talleres de Consumo), convocado por Resolución de 13 de noviembre de 2002, de la Secretaría General Técnica, de la Consejería de Economía e Innovación Tecnológica, que actualmente se encuentra en fase de resolución, pendientes de publicación.

Simultáneamente a esta convocatoria desde el Servicio de Orientación al Consumidor, se ha realizado un mailing de difusión sobre la actividad "Talleres de Consumo", en todos los colegios de enseñanza reglada no universitaria de la Comunidad de Madrid, siendo el resultado de la misma, la solicitud de más de 5.000 talleres de Consumo para el ejercicio 2003.



OCIO		PREV. ACCID.		PUBLICIDAD		RECIC. PAPEL		TABACO		TEXTIL		VIAJES		S.A.C.		NNTT-I		NNTT-II		Total	
Tall.	Pers.	Tall.	Pers.	Tall.	Pers.	Tall.	Pers.	Tall.	Pers.	Tall.	Pers.	Tall.	Pers.	Tall.	Pers.	Tall.	Pers.	Tall.	Pers.	Tall.	Pers.
-	-	-	-	-	-	-	-	1	27	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2	51
2	49	2	47	2	45	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	8	189
2	50	-	-	2	46	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	6	146
4	107	6	230	3	80	4	108	6	161	-	-	-	-	-	-	3	79	3	78	93	2.502
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2	51
4	99	3	72	3	73	3	72	4	98	-	-	4	99	-	-	-	-	-	-	24	586
1	24	-	-	1	25	1	24	1	25	-	-	-	-	-	-	1	26	1	27	12	298
1	27	-	-	-	-	3	79	-	-	-	-	2	52	-	-	7	181	7	179	30	785
1	28	2	55	8	212	2	56	12	328	3	81	1	26	3	80	5	136	9	240	71	1.902
4	103	4	102	8	203	11	300	3	76	-	-	-	-	-	-	6	154	6	152	48	1.240
-	-	4	103	17	448	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	77	2.025
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	4	106	4	106	8	212
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	10	277	10	274	20	551
-	-	1	101	14	372	2	48	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	45	1.214
3	77	-	-	2	53	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	14	364
2	50	2	50	2	49	4	102	2	51	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	28	705
18	470	9	240	24	642	4	110	17	446	3	80	-	-	3	81	5	140	2	54	121	3.215
17	444	4	103	1	27	3	77	-	-	-	-	3	78	-	-	1	27	1	26	51	1.336
59	1.528	37	1.103	87	2.275	37	976	46	1.212	6	161	10	255	6	161	42	1.126	43	1.136	660	17.372

## Programa Europeo de Educación al Consumidor

### ► Certamen Europeo del Joven Consumidor

El Certamen Europeo del Joven Consumidor, convocado este caso en su cuarta edición, correspondiente al curso 2001-2002, conforme a la Orden 71/2002, de 11 de enero, de la Consejería de Economía e Innovación Tecnológica. Esta es una iniciativa de la Comisión Europea, cuya fase autonómica es la que regula la Orden citada. El tema de la convocatoria fue "Pensar en euros".

Se presentaron 6 trabajos al Certamen. El jurado, compuesto por personal de la Dirección General de Consumo, de la Dirección General de Ordenación Académica, representantes de Organizaciones de Consumidores de ámbito autonómico, representantes de Ayuntamientos de la Comunidad de Madrid designados por la Federación de Municipios de Madrid, y presidido por la Directora General de Consumo,



mo, se reunió el 30 de abril en las dependencias de esta Dirección General.

El fallo del jurado fue el siguiente:

- En la primera categoría (jóvenes que en 2002 cumplan entre 7 y 12 años), concedió los tres premios, por importes de 800, 600 y 400 euros.
- En la segunda categoría (jóvenes que en 2002 cumplan entre 12 y 16 años) concedió los premios segundo y tercero, por un importe de 1.000 y 800 euros respectivamente.
- En la tercera categoría (jóvenes que en 2002 cumplan entre 16 y 18 años) concedió el tercer premio, por un importe de 1.800 euros.

Los colegios ganadores han sido: Colegio "Nuestra Señora del Rosario", de Valdemoro; colegio "Ve-druna", de Madrid (dos grupos); colegio público "El Quijote", de Madrid; CEIP "Antonio Machado", de Alcobendas; colegio público "Bolivia".

La entrega de los premios se efectuó en un acto público al que fueron invitados los correspondientes cursos a lo que pertenecían los grupos ganadores. Este acto tuvo lugar el 24 de mayo de 2002 en el Teatro Casa de la Cultura de Valdemoro, al que acudieron la Directora General de Consumo y el Alcalde de esta localidad.

26

### ► Red de Educación al Consumidor

La Red Europea de Educación al Consumidor está integrada por 11 Comunidades Autónomas, Italia, Portugal y Grecia, y coordinada por la Escuela de Educación al Consumidor de Cantabria. Su objetivo es la realización de materiales didácticos y su difu-

#### • Proyecto "Da en la Diana por tu Seguridad"(2002-2004)

La Comunidad de Madrid a través de la Dirección General de Consumo, participa en el proyecto europeo "Consuma Seguridad", a través de la cual, se pretende acercar a los jóvenes nociones básicas sobre la seguridad en el use y disfrute de determinados productos y servicios, para ello, se elaborarán en 2003 materiales didácticos que se distribuirán a través de los Servicios Municipales de Consumo a los distintos centros educativos adheridos a la Red de Educación.

sión para la educación en consumo de los distintos sectores: escolares, profesionales, empresarios, etc. Los proyectos elaborados se cofinancian por la Unión Europea y los distintos socios de la Red.



• Proyecto @lis

Otro de los proyectos europeos en los que participa como socio la Comunidad de Madrid, a través de la Dirección General de Consumo de la Consejería de Economía e Innovación Tecnológica, es le denominado Proyecto @lis, que persigue el intercambio cultural en materia de Educación para el Consumo, entre los países miembros de la Unión Europea y algunos países de Hispanoamérica, a través de la firma de Convenios de Colaboración. Este proyecto se ha presentado en este año a la Comisión Europea. Se espera su aprobación en 2003.

Programa de Educación de Consumo para Adultos

TALLERES DE CONSUMO PARA ADULTOS

Municipio	S.A.T.	BANCOS	EURO	TOTAL
	Talleres	Talleres	Talleres	Talleres
• Torrejón de Ardoz	2	2	-	4
• Villarejo de Salvanés	-	-	6	6
<b>TOTAL</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>6</b>	<b>10</b>



27

» Talleres de Consumo para adultos

Además de la habitual atención en los distintos centros de educativos de la Comunidad Autónoma de Madrid, este año los talleres de Consumo se han dirigido a algunos colectivos de especial protección de entre los que destacan:

- Discapacitados psíquicos.
- Personas de Mayor Edad.

» Cursos de Consumo para adultos

Estos cursos tienen como objetivo la difusión de la cultura de consumo entre distintos grupos de consumidores adultos de la Comunidad de Madrid.

Dan una visión panorámica del consumo, en la que posteriormente se puede profundizar a través de las charlas monográficas de consumo que también organiza esta Dirección General.

Cada curso consta de 4 sesiones, de 90 minutos cada una.

CURSOS DE CONSUMO PARA ADULTOS

LOCALIDAD	ENTIDAD SOLICITANTE	NÚMERO ASISTENTES
• Pezuela de las Torres	C.E.P.A.	22
• Mejorada del Campo	Centro de Mayores	20
• Getafe	C.E.A.	40
• Valdemoro	O.M.I.C.	24
• Madrid	C.E.P.A.	30
• Getafe	C.E.A.	22
• Colmenar de oreja	C.E.P.A.	30
• Chinchón	C.E.P.A.	20
• San Martín de la Vega	C.E.P.A.	32
• Villacanejos	C.E.P.A.	20
<b>TOTAL</b>	<b>10</b>	<b>260</b>



### ► Charlas de Consumo para adultos

Desde el Servicio de Orientación al Consumidor se coordinaron 30 charlas que tuvieron lugar en distintos municipios de la Comunidad de Madrid. Asistieron un total de 692 consumidores.

Tres de ellas fueron impartidas por personal contratado. El resto las impartió personal de las Asociaciones de Consumidores que habían realizado convenios de colaboración con ésta Dirección General.

#### CHARLAS DE CONSUMO PARA ADULTOS



TEMA	LOCALIDAD	Nº ASISTENTES
• Alimentación y etiquetado	Santorcaz	15
• Nuevas Tecnologías	Villalbilla	18
• Servicios Bancarios	Pinto	30
• Servicios Bancarios	Ambite	12
• Publicidad	Pozuelo del Rey	16
• Publicidad	Stos. de la Humosa	18
• Publicidad	Villar del Olmo	16
• Suministros Domésticos	Olmeda de las Fuentes	15
• Reciclado	Santos de la Humosa	15
• Nuevas Tecnologías	Santorcaz	12
• Publicidad	Nuevo Baztán	8
• Consumo y Juguetes	Majadahonda	18
• Derechos de los Consum.	Getafe	40
• Derechos de los Consum.	Madrid	46
• Derechos de los Consum.	Madrid	25
• Publicidad	Villalbilla	23
• Etiquetado	Madrid	35
• Publicidad	Torres de la Alameda	27
• Publicidad	Torres de la Alameda	27
• Publicidad	Getafe	59
• Nuevas Tecnologías	Torres de la Alameda	37
• Publicidad	Corpa	6
• Nuevas Tecnologías	Corpa	13
• Nuevas Tecnologías	Villar del Olmo	17
• Servicios Bancarios	Santorcaz	8
• Servicios Bancarias	Villalbilla	22
• Derechos de los Consum.	Getafe	30
• Servicios Bancarios	Getafe	34
• Publicidad	Santorcaz	12
• Publicidad	Madrid	48

## ► Jornadas de Consumo para adultos

En colaboración con el Instituto Nacional de Consumo se realizó el 31 de octubre una "Jornada sobre el Consumo Responsable", dirigida a las personas de la tercera edad. Asistieron 135 personas, de Collado Villalba, Galapagar, Getafe, Madrid, Mejorada del Campo, Pinto y San Martín de la Vega.

Dado el interés suscitado por dicha Jornada entre otros municipios de la Comunidad de Madrid, se volvió a realizar el 25 de noviembre, esta vez organizada por la Dirección General de Consumo. Los asistentes de esta segunda Jornada fueron 120 consumidores, de Brunete, Guadarrama, Majadahonda, Móstoles y Villanueva del Pardillo.

## Otras acciones formativo-educativas

La Dirección General de Consumo participó colaborando con el IMADE en las jornadas de "Madrid por la Ciencia" celebradas en el recinto ferial IFEMA de Madrid durante los días 8, 9 y 10 de marzo de 2002.

Se aportaron materiales formativo-educativos, acordes con el tema de la Feria, editados por la Dirección General de Consumo, que se expusieron en el stand instalado por la Consejería de Economía e Innovación Tecnológica, y se contó con la presencia de dos monitores de consumo que instruyeron y orientaron al público más joven en el manejo de CD y la utilización del resto de materiales, además de informar sobre cuestiones relacionadas con el consumo y la defensa de los derechos de los consumidores.

## Programa de Formación en Consumo de Profesionales de la Educación

Un programa para dotar a los profesionales de la educación de los conocimientos necesarios para introducir en los currículos escolares la materia de Consumo de manera transversal. Para ello durante los meses de octubre y noviembre se ha realizado el curso denominado Consumo y Publicidad en el CAP de Alcorcón, en colaboración con el Ayuntamiento de Alcorcón y la Dirección General de Ordenación Académica, con cargo al presupuesto de la Dirección General de Consumo.

El curso, de 30 horas de duración y equivalente a 3 créditos, ha tenido por objetivos: 1) abordar el análisis de la publicidad; 2) conocer las estrategias publicitarias en la comunicación y la persuasión; 3) analizar la publicidad con sentido crítico.



## IX Premio de Investigación y Consumo

La Dirección General de Consumo promueve anualmente mediante convocatoria publicada en el Boletín Oficial de la Comunidad de Madrid la concesión de los Premios de Investigación y Consumo de la Comunidad de Madrid, con el fin de desarrollar los aspectos teóricos de la protección, defensa e información a los consumidores. Estos premios tienen dos vertientes: uno con dotación económica, y el otro es una mención honorífica a persona, entidades o instituciones públicas o privadas que hayan realizado una labor eficaz en la defensa de los consumidores. Pueden optar a estos premios cualquier persona física, asociaciones, organizaciones o instituciones sin ánimo de lucro cuyo ámbito de actuación sea la Comunidad de Madrid.

En el año 2002 se convocaron los IX Premios de Investigación y Consumo por Orden 65/2002 de 11 de enero, presentándose los trabajos.

El jurado otorgó el primer premio al trabajo titulado "Querer ambicionar. Una investigación sociológica sobre el consumo de los inmigrantes en la Comunidad de Madrid" de Don Jorge García López y el accésit al denominado "Discapacitados. Usuarios de ayudas técnicas en la Comunidad de Madrid", presentado por la Asociación de Prótesis y Ayudas Técnicas AUPA, cuyo autor es Don Miguel Eladio Laloma García. La mención honorífica quedó desierta.

## 2.3.2 Formación

### Formación de especialistas en Consumo

A lo largo del año 2002 la formación para especialistas se realizó dentro del Plan Integral de formación para el Control de Mercado 1999-2002 que han venido desarrollando conjuntamente el Instituto Nacional de Consumo y los organismos competentes en Consumo de la Comunidades Autónomas.

Los cursos organizados por esta Comunidad fueron:

#### **Curso sobre técnicas de Inspección de productos Industriales: Normativa y Seguridad de los Productos.**

En la organización, del mismo, se contó con la participación del Servicio de Inspección y Control a través de su responsable (D. Julio Gomáriz).

Tuvo lugar los días 3,4,5 y 6 de junio y asistieron 29 personas (22 de distintos organismos de Consumo de la Comunidad de Madrid, 2 de Castilla - La Mancha, 2 de Extremadura, 1 de Andalucía, 1 de Castilla y León y 1 del País Vasco).

#### **Curso sobre el Procedimiento Sancionador y otros Procedimientos**

Realizado con el objetivo de analizar la normativa sobre procedimiento en materia de consumo, tuvo lugar del 24 al 27 de septiembre y a él asistieron 33 alumnos ( 24 de las Administraciones de Consumo de la Comunidad de Madrid, 4 de Castilla- La Mancha, 2 de Cataluña, 2 de Castilla y León y 1 de Baleares) .

Se ha presentado a la Universidad Complutense de Madrid, el proyecto de un Curso para Especialistas de Consumo (para Técnicos en la materia de Consumo y técnicos de Asociaciones de Consumidores).

## 2.3.3 Fomento de la política regional de Consumo

### Comisión Regional de Política Regional de Consumo

La Comisión Regional de Política de Consumo es el órgano de coordinación, colaboración, consulta y asesoramiento de la Comunidad de Madrid y las Entidades Locales en materia de protección de los consumidores, teniendo únicamente carácter deliberante o consultivo. Su estructura, organización y funcionamiento se recoge en el Decreto 152/2001, de 13 de septiembre, y en el Reglamento de Régimen Interior que lo regula.

La Comisión se reúne a través de su pleno o a través de los Grupos de Trabajo que forman parte de la misma, que son Arbitraje, Normativa, Formación y Educación, Información y Reclamaciones y Control de Mercado.

Durante el año 2002 se ha convocado en dos ocasiones al pleno de la Comisión:

- Convocatoria de 23 de abril de 2002.
- Convocatoria de 28 de junio de 2002.

Siendo los temas de mayor importancia tratados en dichas sesiones:

- Aprobación del Reglamento de Régimen Interno de la Comisión.
- Presentación de la puesta en marcha del Instituto Regional de Arbitraje de Consumo
- Entrada en vigor del Sistema Unificado de Reclamaciones.
- Presentación del Proyecto Alcance de la Dirección General de Consumo.
- Presentación del borrador de Orden Reguladora del Registro de Servicios Municipales de Consumo de la Comunidad de Madrid.

Los Grupos de Trabajo se han convocado durante el 2002 en las siguientes ocasiones

En el seno de estos grupos de trabajo, se han debatido los programas de Política de Consumo Regional ejecutados a lo largo del ejercicio 2002 y se han consensuado las acciones propuestas para el Programa Regional de Defensa del Consumidor 2003.

### Proyecto Alcance 2002-2003

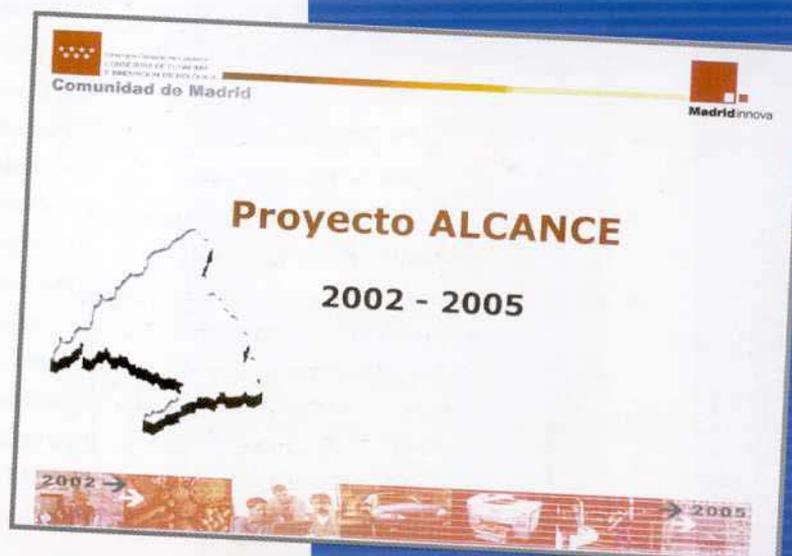
Dentro de la Política Regional de Consumo se elaboró en 2002 el Proyecto Alcance 2002-2005 como una vía de acercamiento de los Servicios de Consumo a todos los ciudadanos de la Comunidad de Madrid, cuyo objetivo es apoyar el funcionamiento de las Oficinas Municipales de Información al Consumidor y las Juntas Arbitrales Municipales (OMIC) existentes, facilitando la creación de otras nuevas en municipios de más de 10.000 habitantes o que por su próximo desarrollo urbanístico estuvieran en condiciones de, en un futuro cercano, alcanzar esa población.

Así mismo se prevé la implantación de Oficinas Regionales de Información al Consumidor (ORIC) en mancomunidades, que por existir en la región un elevado número de municipios en los que, por su

### GRUPOS DE TRABAJO DE LA COMISIÓN REGIONAL DE POLÍTICA REGIONAL DE CONSUMO

GRUPOS de TRABAJO	CONVOCATORIAS
• Grupo Información y Reclamaciones	7 de febrero
	21 de marzo
	18 de junio
• Formación y Educación	25 de enero
	12 de abril
• Control e Inspección	25 de enero
	12 abril
	5 julio
	3 septiembre
	25 octubre
• Normativa	29 de abril

31



pequeño tamaño y limitados medios, no es posible su creación a nivel municipal.

Este proyecto nace en el marco del Plan Estratégico de Protección al Consumidor 2002-2005. Su pretensión es dar cumplimiento a los siguientes objetivos desarrollados en este Plan:

- Crear conciencia colectiva de consumidor mediante una potenciación de la educación y la información de todos los ciudadanos de la Comunidad de Madrid.
- Impulsar, desde las Administraciones de Consumo, la concertación, el acuerdo y la mediación entre los representantes de los consumidores y usuarios, y los sectores económicos, a través del fomento del Sistema Arbitral de Consumo, mediante la creación de nuevas juntas arbitrales y delegaciones de la Junta Arbitral Regional.
- Adecuar la gestión de las Administraciones de Consumo a las demandas de la realidad socioeconómica.
- Profesionalizar la actuación de las Asociaciones de Consumidores mediante el estudio de fórmulas de cooperación de las mismas con las Entidades Locales, y mediante la especialización de su personal a través de cursos de formación, proyectos de investigación y desarrollo de métodos de intercambio de información.
- Impulsar una mayor implicación de las Entidades Locales en la política de consumo, a través de la creación y articulación de nuevas Oficinas Municipales de Información al Consumidor (OMIC) y de Oficinas Regionales de Información al Consumidor (ORIC).

Con este proyecto se pretende crear en el periodo de actuación 2002-2005 los siguientes Servicios de Consumo y Delegaciones de la Junta Arbitral Regional:

- **2003** ➔ 4 OMIC / 4 ORIC / 2 Delegaciones de la Junta Arbitral Regional.
- **2004** ➔ 4 OMIC / 4 ORIC / 2 Delegaciones de la Junta Arbitral Regional.
- **2005** ➔ 4 OMIC / 4 ORIC / 2 Delegaciones de la Junta Arbitral Regional.

Hasta el momento y dentro de este Proyecto se espera poner en marcha en 2003 las OMICS:

- Villanueva del Pardillo.
- Villanueva de la Cañada.

- Moralzarzal.
- Soto del Real.

Las tres primeras se hayan ya inscritas en el registro de Servicios Municipales de Consumo, de la Consejería de Economía e Innovación Tecnológica, estando en trámite la inscripción de Soto del Real.

Así mismo, se proyecta la creación de Oficinas Regionales de Información al Consumidor (ORIC) en las siguientes Mancomunidades, que están tramitando la inclusión en sus Estatutos de Constitución de las Competencias en materia de Consumo.

- Los Pinares.
- Sierra Norte.
- Dosmildieciseis.
- Misecam.
- Suroeste de Madrid.

Se ha contactado con otras mancomunidades como la de Las Vegas, y con otros municipios como Hoyo de Manzanares, que a pesar de su interés por el proyecto, no lo han visto viable para un futuro inmediato.

Una de las áreas de mejora detectadas en los Servicios Municipales de Consumo es la formación de su personal. Para ello y, durante este periodo la Dirección General de Consumo va a poner en marcha cursos de formación en todas las áreas del consumo y a todos los niveles de necesidad. En 2002 se ha trabajado para conseguir la realización en el primer trimestre de 2003 del "Curso Básico de Consumo". En 2002 se ha trabajado para impartir un Curso Básico de Consumo a los responsables de las OMIC de nueva creación, del personal de las Asociaciones de Consumidores que pondrá en 2003 en marcha las ORIC y al personal de la Dirección General de Consumo de nueva incorporación.

Así mismo, se ha contactado por la Fundación de la Universidad Complutense para la elaboración de un Curso de verano sobre Protección de los Consumidores, abierto tanto a los profesionales de las Administraciones públicas, de las Asociaciones de Consumidores y a licenciados de materias afines que lo soliciten. Dicho curso se celebrará en el mes de julio.

Otra de las áreas de actuación del Proyecto Alcanza es el apoyo financiero a los Servicios Municipales de Consumo. La Coordinación de las actuaciones de los Servicios Municipales se lleva a cabo a través de la Comisión Regional de Política de Consumo y sus grupos de trabajo.

## Encuentros con las oficinas municipales de Información al Consumidor

La Dirección General de Consumo de la Comunidad de Madrid, celebró los Primeros Encuentros de OMIC de la Comunidad de Madrid el día 8 de noviembre de 2002 en el Castillo de Manzanares el Real, bajo el título "La Calidad al Servicio de la Defensa de los Consumidores".

Con ello se pretendió desarrollar un debate abierto y franco sobre el estado actual de la Política de Consumo en nuestra Comunidad y los nuevos retos que deberemos afrontar; además de sensibilizar a los profesionales del consumo sobre la necesidad de implantar sistemas de Calidad que garanticen la prestación de un servicio adecuado a las actuales demandas de los consumidores y establecer los canales de diálogo que permitan planificar Políticas Públicas de protección de los consumidores.

El acto contó con 42 personas entre Responsables de OMIC y personal de las mismas, que debatieron a lo largo de la jornada, alrededor de cuatro mesas redondas:

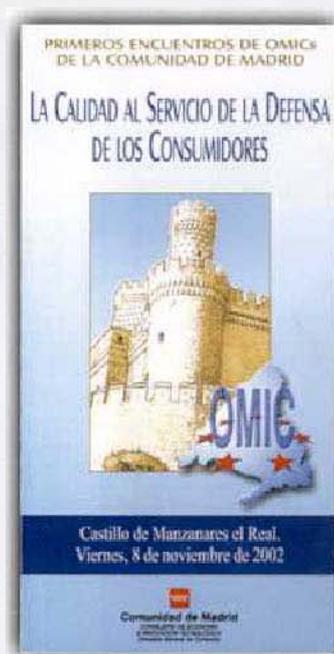
- 1- *Tratamiento y gestión de las reclamaciones. Problemática de la implantación del sistema unificado. Propuesta de mejora y sistema de calidad.*
- 2- *El proyecto educativo y formativo en materia de consumo, en la Comunidad de Madrid. Balance de actuaciones y propuestas de futuro.*
- 3- *Eficacia y efectividad del programa regional de inspección y control de mercado y del sistema de red de alerta. Ejercicio de la potestad sancionadora. Propuesta de mejora: Implantación de sistema de calidad.*
- 4- *El Arbitraje de Consumo, presente y futuro. Papel del Instituto Regional en el fomento y consolidación del sistema.*

En el almuerzo-coloquio, presidido por el Consejero de Economía e Innovación Tecnológica y la Directora General de Consumo, que tuvo lugar en el Castillo de Manzanares el Real, también participaron el Presidente de la Federación de Municipios de Madrid, alcaldes y concejales tanto de municipios con competencias en consumo, y de municipios sin OMIC, así como otras autoridades.



A los postres se procedió a la firma de un Convenio de Colaboración en materia de consumo entre la Comunidad de Madrid y la Federación de Municipios de Madrid

El Acto de Clausura de los Encuentros fue realizada por el Ilmo. Sr. Viceconsejero de la Consejería de Economía e Innovación Tecnológica y la Directora General de Consumo.



### CONVENIOS CON AYUNTAMIENTOS

MUNICIPIOS	CUANTÍA (€)
• Alcalá de Henares	9.613
• Alcobendas	17.263
• Alcorcón	14.173
• Algete	9.492
• Aranjuez	3.802
• Arganda del Rey	15.092
• Brunete	4.300
• Collado Villalba	6.779
• Colmenar Viejo	17.109
• Coslada	10.602
• El Escorial	1.324
• Fuenlabrada	11.635
• Galapagar	9.337
• Getafe	28.484
• Humanes	6.207
• Las Rozas	11.964
• Leganés	5.990
• Majadahonda	21.719
• Mejorada del Campo	14.005
• Móstoles	18.686
• Navalcarnero	1.446
• Parla	2.925
• Pinto	9.620
• Pozuelo	5.113
• Rivas Vaciamadrid	9.692
• San Agustín de Guadalix	1.568
• San Fernando de Henares	7.460
• San Lorenzo del Escorial	5.809
• San Martín de la Vega	9.377
• San Sebastián de los Reyes	9.662
• Torrejón de Ardoz	10.110
• Torreldones	2.526
• Tres Cantos	8.503
• Valdemoro	8.489
• Villaviciosa de Odón	6.519
<b>TOTAL</b>	<b>336.395</b>

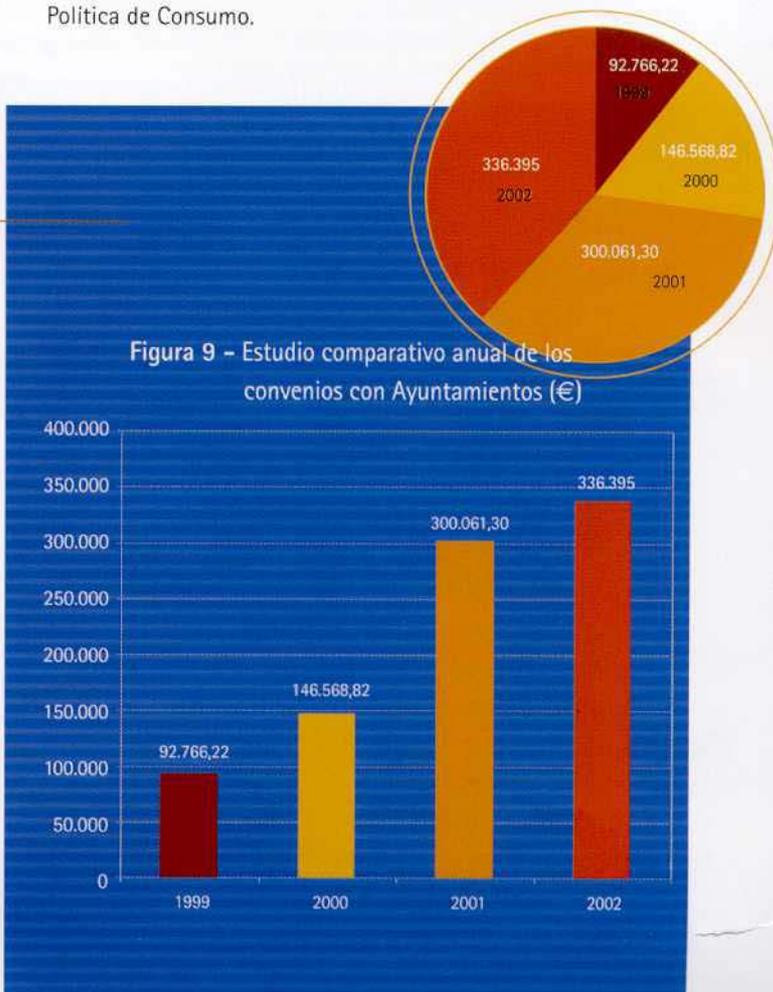
### Apoyo financiero a los Servicios Municipales de Consumo

#### ► Convenios de colaboración en materia de Consumo

Otra de las líneas de actuación de la Dirección General de Consumo, para fomentar la participación de las Corporaciones Locales y de las Asociaciones de Consumidores, en los Programas Regionales de Política de Consumo, se concretan en la firma de Convenios de Colaboración, habiéndose tramitado hasta la fecha 35 Convenios con Ayuntamientos y cuatro con Asociaciones, y que tras la Justificación de los mismos, la cuantía económica asignada a cada uno de ellos, se corresponde con los datos que se adjuntan.

Estos Convenios de Colaboración con Corporaciones Locales incluyen actuaciones de:

- Control de Mercado y Redes de Alerta
- Acciones informativas, formativas y educativas en materia de Consumo.
- Gestión del Sistema Unificado de Reclamaciones.
- Fomento y participación en el Sistema Arbitral de Consumo.
- Participación en los Grupos de Trabajo de la Comisión Regional de Política de Consumo.



## ► Subvenciones a Corporaciones Locales en materia de Consumo

Desde esta Dirección General de Consumo, se han tramitado al amparo de la Orden 92/2002, de 16 de enero, modificada por la Orden 812/2002 de 21 de febrero, de la Consejería de Economía e Innovación Tecnológica, treinta y un expedientes de solicitud de subvención.

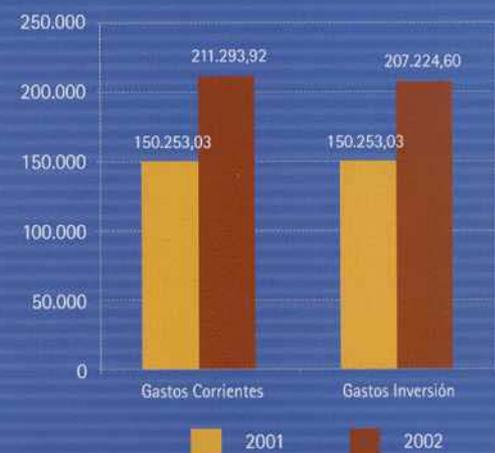
### SUBVENCIONES A CORPORACIONES LOCALES (€)

MUNICIPIOS CORRIENTES	GASTOS INVERSIÓN	GASTOS CONCEDIDA	SUBVENCIÓN
• Brunete	12.020,40	1.352,28	13.372,68
• Torrejón de Ardoz	12.020,40	3.838,87	15.859,27
• Manc. Henares-Jarama	12.020,40	33.156,73	45.177,13
• Galapagar	6.010,20	12.020,24	18.030,44
• Getafe	9.265,20	12.020,24	21.285,44
• Leganés	1.202,00		1.202,00
• Pinto	5.071,12		5.071,12
• Alcorcón	5.727,80		5.727,80
• Alcalá de Henares	4.742,00	15.976,30	20.718,30
• San San de los Reyes	12.020,40	11.555,16	23.575,56
• San Lorenzo Escorial	3.000,00	11.362,49	14.362,49
• Móstoles	10.189,65	3.793,45	13.983,10
• Colmenar Viejo	2.796,05	3.283,82	6.079,87
• San Agustín Guadalix	7.273,45	6.765,94	14.039,39
• Tres Cantos	4.310,48	9.194,79	13.505,27
• San Fernando Henares	6.075,52	6.992,80	13.068,32
• Algete	6.408,16	8.816,46	15.224,62
• Valdemoro	8.533,57	2.825,78	11.359,35
• Majadahonda	12.020,40	3.536,84	15.557,24
• Las Rozas	3.297,62	3.027,95	6.325,57
• Alcobendas	10.407,00	6.912,76	17.319,76
• Arganda del Rey	5.649,84		5.649,84
• Coslada	8.696,00		8.696,00
• San Martín de la Vega	722,68	1.760,88	2.483,56
• Mejorada del Campo	1.447,83	10.971,25	12.419,08
• Humanes de Madrid	12.020,40	12.574,26	24.594,66
• Collado Villalba	4.304,55		4.304,55
• Rivas Vaciamadrid	12.020,40	1.715,03	13.735,43
• Pozuelo de Alarcón	12.020,40		12.020,40
• Parla		23.770,28	Sin efecto
<b>TOTAL</b>	<b>211.293,92</b>	<b>207.224,60</b>	<b>394.748,24</b>



35

Figura 10 - Estudio comparativo de las subvenciones a Ayuntamientos (€)



### APOYO FINANCIERO A ASOCIACIONES DE CONSUMIDORES (€)

ASOCIACIÓN	CANTIDAD
• Unión de Consumidores de la Comunidad de Madrid - UCE	21.298
• Asoc. de Amas de Casa y Consumidores-Usuarios de Madrid	15.898
• Confederación de Asoc. de Consumidores y Usuarios de la Comunidad Autónoma de Madrid	30.959
• Federación de Consumidores Independientes de la Comunidad de Madrid	38.982
• TOTAL	107.137

Figura 11 - Estudio comparativo de los convenios con Acus (€)

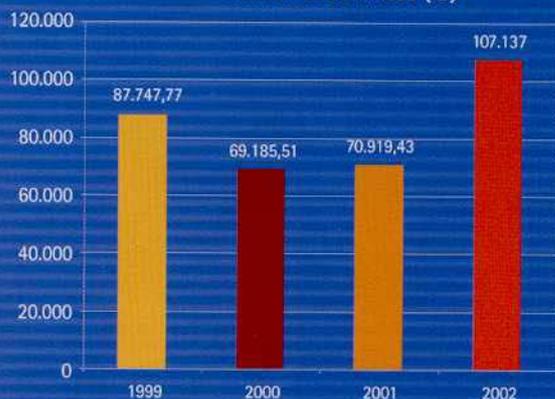
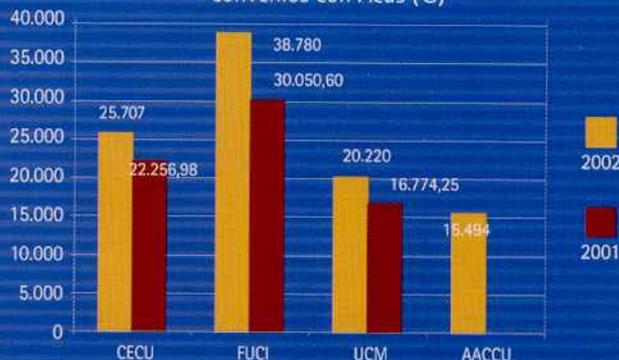


Figura 12 - Estudio comparativo de los convenios con Acus (€)



## 2.3.4 Fomento del asociacionismo de Consumo

### Registro de Asociaciones de Consumidores

En el año 2002, cabe destacar la inscripción en el Registro de la Asociación de Usuarios de Servicios Bancarios (Ausbanc Consumo) y la instrucción del expediente de baja de la "Asociación de Amas de Casa Consumidores y Usuarios de Villa de Vallecas" por incumplimiento de los requisitos del Decreto 315/99, de 4 de noviembre por el que se adecua el Registro Asociaciones de Consumidores de la Comunidad de Madrid.

Tras la revisión de los expedientes se ha creado una Base de Datos del Registro de Asociaciones de Consumidores de la Comunidad de Madrid, para facilitar el acceso de los datos y tener así un archivo histórico de los expedientes que obran en dicho registro.

### Otras actuaciones en colaboración con Asociaciones de Consumidores

Los días 4 y 5 de mayo se celebró en las instalaciones del Complejo Agropecuario de Colmenar Viejo la Feria de Desarrollo Rural en la que se dio un espacio a las Asociaciones de Consumidores del Consejo de Consumo (ACCU, CECU, FUCI, OCU Y UCE) para que difundieran y promovieran sus programas de actuación en defensa de los consumidores y usuarios, promoviendo así el asociacionismo de consumo.

### Apoyo financiero a las Asociaciones de Consumidores

#### » Convenios con Asociaciones de Consumidores

El convenio de colaboración con la Unión de Consumidores de la Comunidad de Madrid, establece un programa de promoción de la cultura de consumo en la zona rural que abarca 12 municipios de la Comunidad de Madrid.

El convenio de colaboración con la Asociación de Amas de Casa y Consumidores - Usuarios, establece el desarrollo de un programa de información y formación para consumidores adultos en 10 localidades de la Comunidad de Madrid.

El convenio de colaboración con la Confederación establece un programa de protección al consumidor, que a su vez engloba los siguientes programas:

- Programa rural.
- Programa de Autorregulación Empresarial.
- Programa de Información a través de la Red.

El convenio de colaboración con al Federación de Consumidores Independientes de la Comunidad de Madrid, establece un programa de protección al consumidor consistente en las siguientes campañas:

- Campaña de promoción de la cultura de consumo en el medio rural.
- Campaña de promoción de los derechos de los consumidores y el sistema arbitral, en Centros de Educación de Adultos.
- Campaña informativa - formativa sobre responsabilidad civil derivada de los daño causados por productos defectuosos.

### ► Subvenciones a Asociaciones de Consumidores

Desde esta Dirección General de Consumo, se han tramitado al amparo de la Orden 91/2002, de 16 de enero (B.O.C.M. de 22 de enero), de la Consejería de Economía e Innovación Tecnológica, seis expedientes de solicitud de subvención.

Figura 13 - Estudio comparativo de las subvenciones a Acus (€)

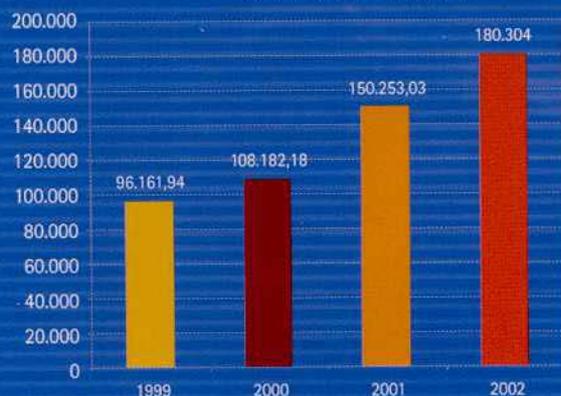
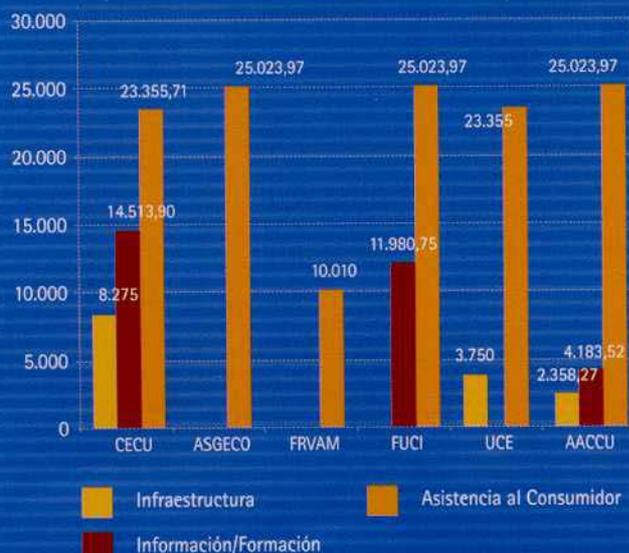


Figura 14 - Gastos subvencionados (€)



### SUBVENCIONES (€) POR PROGRAMAS

• <b>Confed. Asociaciones Consumidores y Usuarios de la C.M. Expte. 6/2002</b>	46.144,61
Infraestructura .....	8.275
Asistencia al Consumidor .....	23.355,71
Información/Formación .....	14.513,90
• <b>Unión de Cooperativas Consumidores y Usuarios de Madrid. Expte. 1/2002</b>	25.023,97
Infraestructura .....	No solicita
Asistencia al Consumidor .....	25.023,97
Información/Formación .....	No solicita
• <b>Federación Regional de Asoc. de Vecinos de Madrid. Expte. 3/2002</b>	10.010
Infraestructura .....	No solicita
Asistencia al Consumidor .....	10.010
Información/Formación .....	No solicita
• <b>Federación de Consumidores Independientes de la C.M. Expte. 5/2002</b>	38.305,97
Infraestructura .....	No solicita
Asistencia al Consumidor .....	25.023,97
Información/Formación .....	13.282
• <b>Unión de Consumidores de la C.M.-U.C.E. Expte. 2/2.002</b>	27.105,71
Infraestructura .....	3.750
Asistencia al Consumidor .....	23.355,71
Información/Formación .....	No solicita
• <b>Asoc. Amas Casa y Consum.-Usuarios de Madrid. Expte. 4/2002</b>	33.713,74
Infraestructura .....	2.495,80
Asistencia al Consumidor .....	25.023,97
Información/Formación .....	6.193,97
• <b>TOTAL</b>	<b>180.304</b>
Infraestructura .....	14.520,80
Asistencia al Consumidor .....	131.793,33
Información/Formación .....	33.989,87

Figura 15 - Estudio comparativo UCE

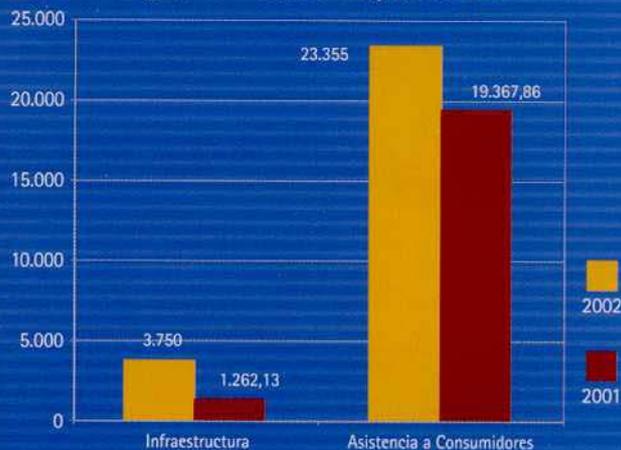


Figura 16 - Estudio comparativo FRVAM

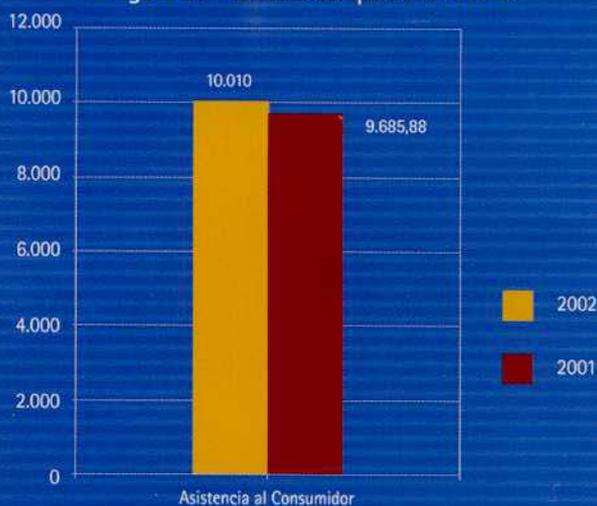
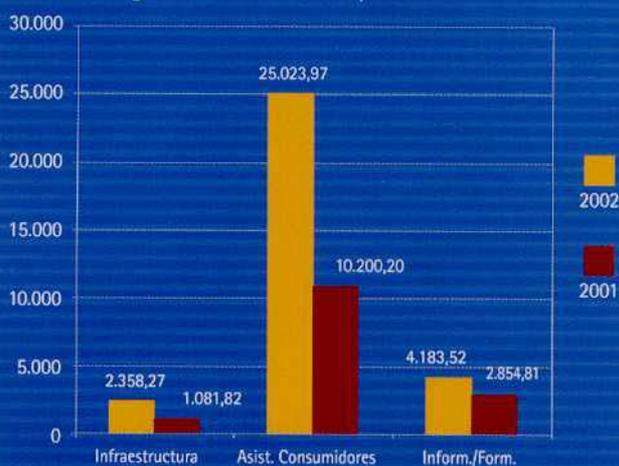


Figura 17 - Estudio comparativo AACCU



En 2002, al amparo de la Orden 91/2002 de 16 de enero (B.O.C.M.: de 22 de enero) que establece el régimen de concesión de subvenciones a las Asociaciones de Consumidores en materia de consumo, para 2002, se concedieron ayudas económicas para los programas de infraestructura, Asistencia a los Consumidores e Información/Formación.

Figura 18 - Estudio comparativo ASGECO UNCUMA

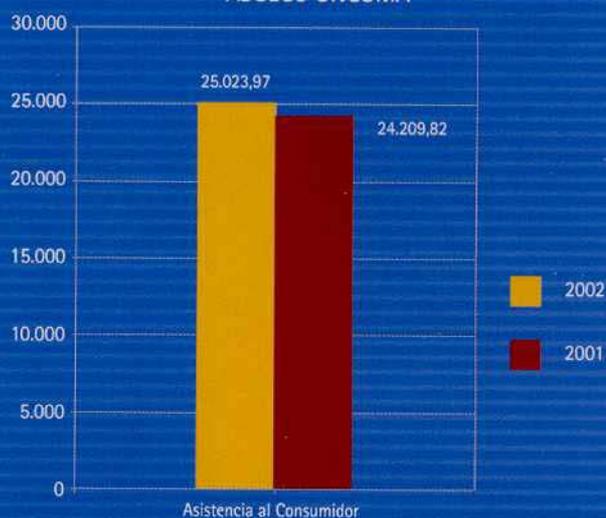
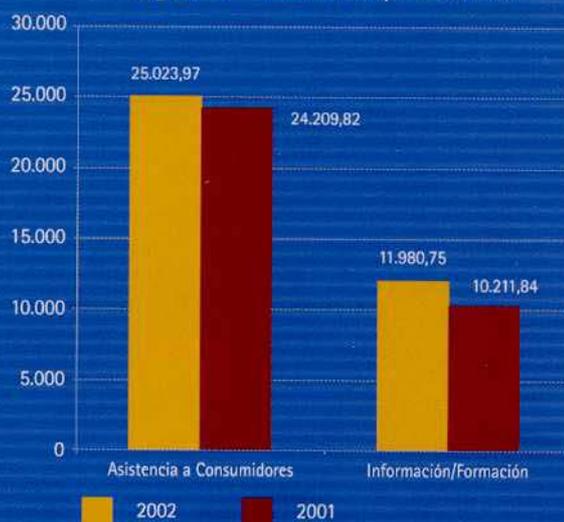


Figura 19 - Estudio comparativo FUCI



### 2.3.5 EL EURO en circulación

Desde el 1 de enero del 2002 y como estaba previsto, los billetes y monedas en euro se pusieron en circulación. Aunque desde el 1 de enero de 1999 la peseta ya no cotizaban en los mercados de divisas, es a partir de esa fecha cuando hemos dispuesto de euros como medio de pago físico. Durante los meses de enero y febrero los españoles pudimos pagar en pesetas y en euro, fueron dos meses de convivencia para familiarizarnos con la nueva moneda y el 1 de marzo la peseta pasó a no tener curso legal. Desde esta fecha ya no se pudo pagar con pesetas.

La Dirección General de Consumo como coordinadora de la Campaña Euro de la Comunidad de Madrid abrió sus puertas el día 1 de enero al objeto de solucionar cualquier tipo de problemas que pudiera surgir en el primer día de implantación de la moneda europea. Por otro lado 10 agentes euros, a lo largo del mes de ene-

ro, recorrieron todos los Ayuntamientos de la Comunidad de Madrid de más de 10.000 habitantes, recorrieron los municipios mas importantes de nuestra Comunidad al objeto de solucionar cualquier duda que pudieran tener, tanto los consumidores como los comerciantes en horario de mañana y tarde, las actuaciones se realizaron en mercados y mercadillos.

En estos primeros días de puesta en circulación de la moneda única la queja más extendida fue la falta de moneda fraccionaria.

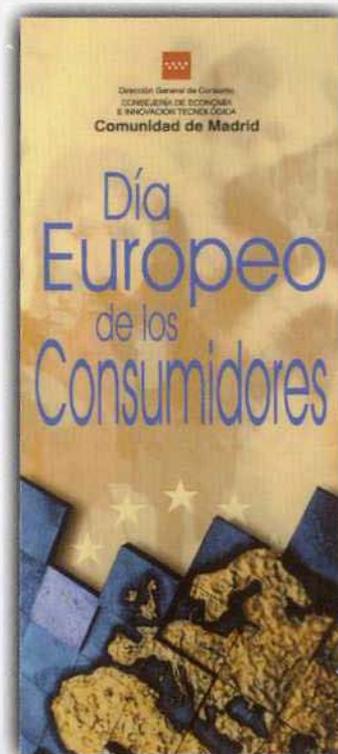
Para finalizar la Campaña EURO, el 1 de julio de 2002, se procedió a proponer al Consejo de Consumo la disolución del Euro-Observatorio de la Comunidad de Madrid.

En cuanto a los Euro-Observatorios locales, el de Getafe se disolvió automáticamente el 28 de febrero de 2002, el de Tres Cantos-Colmenar Viejo el 30 de junio de 2002, el de Alcobendas el 19 de septiembre.

### 2.3.6 Día Europeo de los Consumidores

Dentro de la Presidencia Española de la Unión Europea, se realizaron en Madrid del 13 al 15 de Marzo de 2002, los Actos Conmemorativos del Día Europeo de los Consumidores bajo el lema "LA REPRESENTACIÓN DE LOS CONSUMIDORES". La Comunidad de Madrid participó, desde la Dirección General de Consumo, en Mesas Redondas y ofreció una cena a todos los participantes el día 14 de marzo "Día Europeo de los Consumidores" en el Castillo de Manzanares el Real a la que acudieron 225 invitados, entre los que se encontraban destacadas personalidades de la Administración Central, Autonómica y Municipal así como miembros del Consejo Económico Social de la Unión Europea que fueron invitados a estos eventos.

En este mismo acto se procedió a entregar la mención honorífica otorgada en virtud de la convocatoria del VIII Premio de Investigación y Consumo a Dña. Casilda Méndez Magán por su aportación eficaz a la defensa de los derechos de los consumidores.



## 2.4 Asuntos Generales

Esta sección da cobertura tanto a la Dirección General como al Instituto Regional de Arbitraje de Consumo. En ella, además de las que a continuación se detallan, se gestionan el suministro de material y mobiliario, la reprografía y encuadernación participación en las reuniones de seguimiento del Plan Estratégico de Simplificación

Administrativa "Gestiona tu mismo", difusión de publicaciones realizadas por otros departamentos para información general de los ciudadanos y de los consumidores.

### ▶▶ Registro General de Entrada

En esta unidad se procede a la recepción de toda la documentación que tiene entrada en nuestra Dirección General, fundamentalmente reclamaciones, consultas, petición de información, solicitudes de arbitraje y documentación relativa a la

tramitación de expedientes sancionadores en materia de consumo.

El número de documentos de entrada registrados en 2002 ha ascendido a 37.185.

### ▶▶ Información y gestión del Sistema de Sugerencias y Reclamaciones

Durante el año 2002 se ha recibido en la sede de la Dirección General a 9.653 ciudadanos que han requerido información acerca de como presentar una reclamación y sobre aspectos de carácter general.

Así mismo se gestiona el sistema de sugerencias y reclamaciones que durante 2002 ha dado lugar a la tramitación de 40 quejas.

### ▶▶ Vigilancia, Seguridad

Desde esta sección se coordinan y supervisan el control de visitas, vigilancia y protección de las

instalaciones. Colaboramos en los planes de emergencia y evacuación.

### ▶▶ Prevención de riesgos, seguridad y salud en el trabajo

En esta materia realizamos los informes pertinentes en aras de la correcta aplicación de la normativa vigente de Prevención de riesgos laborales, y damos trámite a las consultas y sugerencias que

los representantes de los trabajadores y los delegados de prevención nos plantean en materia de seguridad y salud.

### ▶▶ Mantenimiento de instalaciones y maquinaria

Al crearse en noviembre de 2001 el Instituto Regional de Arbitraje de Consumo ( Decreto 239/2001) ha sido necesaria la reestructuración y redistribución del espacio disponible.

Así mismo hemos ampliado el espacio destinado a nuestro Registro General, procediendo a eliminar sus barreras arquitectónicas.

También se ha procedido a adecuar un aula docente/biblioteca con métodos audiovisuales compatibles con las nuevas tecnologías y que va a posibilitar la realización de los cursos de formación de especialistas en consumo sin necesidad de externalizar estas acciones.

### ►► Gestión del parque móvil y del personal adscrito

Nuestra Dirección General cuenta con dos conductores en plantilla y cinco vehículos oficiales.

Los conductores realizan la "ruta" diaria a primera hora de la mañana y posteriormente acom-

pañan a la inspección de consumo en sus actuaciones. Tres de los vehículos son utilizados diariamente por los inspectores de consumo en sus desplazamientos

### ►► Gestión de personal y actualización del directorio

En esta sección se realiza el control horario, así como la tramitación de todas las incidencias de personal tales como vacaciones, bajas I.T., permisos sin sueldo, licencias, etc.

Se informa al personal de todos los aspectos en relación con la vigente normativa laboral, social y administrativa y concretamente en el ámbito del Acuerdo y Convenio vigentes en la Administración de la Comunidad de Madrid.

Se comunica al Servicio de personal de la Secretaría General Técnica las modificaciones y va-

riaciones que han de reflejarse en la Relación de Puestos de Trabajo.

Se realizan las peticiones de personal interino y eventuales y las propuestas de cobertura de los distintos puestos de trabajo mediante concurso de méritos o libre designación, así como propuestas de nuevas estructuras. Todo ello contando con la información de los distintos Servicios Técnicos y siguiendo las instrucciones de la Dirección General.

### ►► Formación interna del personal

Esta sección es la interlocutora tanto con la Secretaría General Técnica en materia de formación interna general y especializada, como con ICM en relación con la formación informática presencial y virtual.

El número de trabajadores de esta Dirección General que recibió formación interna general

o especializada ascendió a treinta y nueve personas.

Los trabajadores que recibieron formación informática presencial fueron cuarenta y nueve. Recibieron formación informática virtual a través de la intranet ocho personas.

### ►► Gestión económica y presupuestaria

Elaboración del Anteproyecto de Presupuestos de los dos programas económicos que gestionamos (304 y 305) con la base suministrada por los Servicios Técnicos y el IRAC, y de acuerdo con los criterios y directrices que previamente nos marca la Dirección General de Presupuestos de la Consejería de Hacienda.

Gestión y seguimiento del presupuesto de gastos, elaborando y tramitando los documentos con-

tables y remitiéndolos a la Oficina Presupuestaria.

Gestión de los expedientes de contratación de servicios externalizados y gestión de los proyectos de Ordenes de Subvención para su aprobación y publicación.

Realización de ejecución presupuestaria de las memorias periódicas en relación con el cumplimiento de objetivos y actividades realizadas durante el ejercicio económico.

# Servicio de Control e Inspección

- 3 - Servicio de Control e Inspección
  - 3.1 - Control e Inspección de productos.
  - 3.2 - Inspección de servicios.
  - 3.3 - Procedimiento sancionador.



La Comunidad de Madrid, en cumplimiento del mandato formulado en el artículo 51 de la Constitución Española y en función de su marco competencial, vela por los legítimos intereses de los consumidores mediante los sistemas de inspección y control a este fin establecidos.

El Servicio de Inspección y Control se organiza según las siguientes pautas:

- **Control de productos**, mediante la sección de Análisis y Control de Calidad
- **Control de servicios, por la sección de Inspección**. El incremento de reclamaciones en materia de vivienda ha obligado a diferenciar líneas de actuaciones específicas. Se está organizando una sección al respecto, dedicada a esta materia.
- **Procedimiento sancionador**. Se tramita por la sección de Procedimiento.

### Actuaciones no programadas

Las inspecciones y controles se deben a denuncias de los ciudadanos, a peticiones puntuales generadas por nuestros propios servicios o a petición de otros. Son las actuaciones no programadas.

### Actuaciones programadas

Se seleccionan y diseñan en función de los siguientes criterios:

- **Control de los productos y servicios** de uso más común o general
- **Sectores o productos de mayor grado de conflictividad** por reclamaciones o antecedentes que indiquen riesgos, fraudes o irregularidades generalizadas.
- **Investigar nuevos productos o servicios**, para detectar prácticas de riesgo o fraudes
- **Modificación sustancial del marco jurídico** por la aparición de nuevas normas generales o específicas.

Las actuaciones programadas pueden ser:

#### » Internacionales

Coordinadas por el INC, en base a las decisiones de la Comisión Europea.

#### » Nacionales

Diseñadas y coordinadas por el INC.

#### » Regionales Conjuntas

Diseñadas y coordinadas por la Comunidad y ejecutadas en colaboración de los servicios Municipales.

#### » Regionales

Diseñadas y ejecutadas solo por la Comunidad.

#### » Controles sistemáticos

Diseñados por la Comunidad y ejecutados en su caso en colaboración con los servicios municipales.

### EL PROCEDIMIENTO

Recoge las actividades de las otras secciones y tras un escrupuloso seguimiento de las pautas legales establecidas en plazos y alegaciones, sanciona las conductas infractoras que hayan sido probadas mediante estos procesos.

## 3. Servicio de Control e Inspección

### 3.1 Control e Inspección de productos

El control de productos de consumo depende en la Comunidad de Madrid de la sección de Análisis y Control de Calidad. Para un tratamiento más coherente de la problemática de los productos, todas las informaciones relativas a la calidad comercial y seguridad de los productos (industriales) enviadas por la Administración Central y otras Comunidades autónomas se centran en esta sección.

Los productos se controlan en función de los siguientes parámetros:

- Seguridad.
- Calidad comercial.
- Normalización.
- Requisitos documentales, e
- Información obligatoria.

La actividad de control se agrupa en dos líneas fundamentales:

- Las actividades no programadas, y
- Las actividades programadas.

La forma de llevar a cabo los controles es analítica, visual o mixta.

En 2002, se trabajó según esos criterios de agrupación, destacando entre las actividades no programadas a las denuncias, comunicaciones, escritos en general y de seguridad y las actuaciones de ampliación de diligencias y oficio.

Las actividades programadas, son de distinto tipo:

- ▶▶ Programas internacionales.
- ▶▶ Nacionales.
- ▶▶ Regionales conjuntas.
- ▶▶ Regionales.
- ▶▶ Controles prospectivos.



Las actividades de control de productos, necesitan de una infraestructura técnica capaz de soportar una fuerte demanda de servicio, a este fin se ha trabajado de forma continua con el laboratorio del laboratorio del Centro de Investigación y Control de Calidad (CICC), con el Laboratorio Central Oficial de Electrotecnia (LCOE), y, en menor medida, con el Laboratorio de Máquinas y Mecanismos (LMM), laboratorios ambos de la Fundación para el Fomento y la Innovación Industrial. Asimismo, se ha colaborado con otros laboratorios acreditados, como la Fundación Gómez Pardo, para ensayos de combustibles con laboratorios y notificados para ensayos de juguetes.

Los resultados de las actuaciones se expondrán de acuerdo a las líneas fundamentales de trabajo, diferenciando los alimentos de los productos industriales.

Así, expondremos un balance general de denuncias, un balance general de las actuaciones programadas un balance general según los documentos resultantes de las actuaciones y un balance de actividades analíticas.

No debemos cerrar sin aportar datos sobre las actuaciones para garantizar la seguridad de los productos, ni tampoco olvidar la importante cantidad de comunicaciones recibida de otras Comunidades.

Asimismo, cabe indicar que el Comité Técnico de Seguridad en el Consumo celebró dos reuniones: en la primera se constituyó de acuerdo con la nueva regulación establecida en el Reglamento que desarrolla la Ley 11/98 (Decreto 152/01). Los asuntos abordados, además del establecimiento de unas normas internas de funcionamiento y constitución, han sido la problemática de chupetes y artículos de uso infantil a base de caucho y los aparatos de bronceado; en ese caso se ha creado un grupo de trabajo en el seno de Comité que aborda la aplicación del Real Decreto 1002/02 en el que se establecen materias a controlar por las diferentes Direcciones Generales y Consejerías en el caso de la Comunidad de Madrid.

### 3.1.1 Denuncias

En el año 2002 se han gestionado 387 denuncias sobre productos (33 de ellas procedían de inspección), de las cuales se han tramitado 214, se han iniciado actuaciones estando en trámite 46 y están pendientes de ser tramitadas 127 (total en trámite 173). Entre ellas, se han tramitado 86 denuncias correspondientes al año 2001.

# 45

#### DENUNCIAS TRAMITADAS EN 2002

MOTIVO DENUNCIA	RECIBIDAS	RESUELTAS	EN TRÁMITE
• Seguridad	18	16	2
• Calidad	132	83	49
• Carece requisitos exigidos	85	36	49
• Garantías	37	21	16
• No corresponde con lo ofertado	78	39	39
• Varios	37	19	18
<b>TOTAL</b>	<b>387</b>	<b>214</b>	<b>173</b>

### TRÁMITE SEGUIDO POR LAS DENUNCIAS

#### • Destino de las resueltas

Archivo .....	93
A Procedimiento .....	57
A Otros organismos .....	25
A Sanidad .....	15
A Inspección .....	24

**TOTAL** ..... 214

#### • Situación en trámite .....

Pte. de resultado de laboratorio .....	10
Pte.de documentos .....	20
Pte.de evaluación .....	16
Pte. de tramitar .....	127

**TOTAL** ..... 173

### 3.1.2 Escritos

En este apartado se incluyen las actuaciones o informaciones remitidas por diversos Organismos de la Administración Central (INC y Ministerio de Ciencia y Tecnología generalmente), Autonómica (resto de Comunidades Autónomas) y Local (Servicios municipales). En el caso de otras Comunidades Autónomas se remiten generalmente mediante procedimientos consensuados: comunicaciones e inhibiciones. Son más numerosos los procedentes de otras CCAA, entre ellas, de Castilla-León. También se incluyen en este apartado algunos escritos de particulares, aunque representan una cifra prácticamente inapreciable en el número total de escritos.

Como actuaciones de oficio se han llevado a cabo algunas ampliaciones de diligencias de variado origen (información interna -de este Organismo- o externa -de Servicios municipales-).

### ACTUACIONES DE OFICIO

TIPO ESCRITO	ALIMENTOS	INDUSTRIALES Y VARIOS	TOTALES
• Inhibiciones	-	-	-
• Comunicaciones	313	881 (124 segur)	1.194
• Otros	11	262 (235 segur)	273
<b>TOTAL</b>	<b>324</b>	<b>1.143 (359 segur)</b>	<b>1.467</b>

### 3.1.3 Seguridad de los productos

Representa una de las líneas más importantes en las actuaciones llevadas a cabo por la Dirección General de Consumo con el fin de garantizar la protección y seguridad de los consumidores desarrollando acciones de vigilancia de mercado y control de productos puestos a disposición de los consumidores finales.

Las actividades desarrolladas en seguridad se diferencian en dos grupos:

#### » Actividades programadas

Controles sistematizados de productos en el mercado que se llevan a cabo a través de programas previamente diseñados (campañas de inspección, de tomas de muestras y controles prospectivos).

#### » Actividades no programadas

Investigación de productos con indicios de riesgo: a partir de informes de ensayo previo, como continuación de anteriores controles, ya sean propios, como de otros Organismos. En este último grupo se encuentran los derivados de procedimientos comunitarios establecidos para garantizar la seguridad de los productos:

- **De seguridad general de los productos**

Redes de Alerta (sobre un total de 319 Redes: 154 europeas y 165 nacionales) que es el más importante desde el punto de vista cuantitativo y cualitativo contemplándose las Notificaciones europeas (CE 8.. y CE 7..) en aplicación de los artículos 8 (alerta por suponer riesgo grave e inminente) ó 7 (producto no conforme) de la Directiva 92/59CEE relativa a la seguridad general de los productos (transpuesta a nuestro ordenamiento por el R.D. 44/96 de 19 de enero), Notificaciones de la Comisión de carácter meramente informativo, (CE 1..) Notificaciones comunitarias en aplicación de la Directiva 87/357/CEE relativa a productos de apariencia engañosa y Notificaciones nacionales (CC.AA.) que también pueden comunicarse en aplicación del artículo 8 (producto alertado) o artículo 7 (producto no conforme) del R.D. 44/96.

- **Otras**

Notificaciones CPSC de la Comisión para la seguridad de los Productos de Consumo de EE.UU.: (255 recibidas).

- **Directivas de Nuevo Enfoque**

Amparadas en la política de Nuevo Enfoque Comunitaria e interpuestas por el Ministerio de Ciencia y Tecnología: Cláusulas de salvaguardia (30 recibidas).

También se engloban dentro de este apartado las Comunicaciones de otros Organismos y se refieren a escritos del I.N.C (225 recibidos), del Ministerio de Ciencia y Tecnología (55) y de otras Comunidades Autónomas (58 contabilizados), así como 3 comunicaciones de la Dirección General de Sanidad.

- **A partir de denuncias de los consumidores**

Se han tramitado 13 denuncias (directas o transformadas) por falta de seguridad en productos concretos. Los productos denunciados que, en alguno de los casos produjeron daños físicos a sus usuarios que hicieron necesaria la atención médica de los mismos, pertenecen a las siguientes categorías:

- Juguetes.
- Instrumentos musicales.
- Artículos de puericultura (chupetes).
- Productos de limpieza y detergentes.
- Herramientas de bricolaje, etc.

- Además, se han efectuado actuaciones programadas por la Dirección General de Consumo, Campañas, sobre el control de productos del mercado y en base a los Informes de Ensayo de las tomas de muestras efectuadas que incumplen la Normativa de seguridad, fundamentalmente mecheros, material eléctrico (clavijas, prolongadores, luminarias, etc) y productos industriales (radiadores, gatos hidráulicos, etc.).

- Así mismo, desde la Dirección General de Consumo se ha seguido, en estrecha colaboración con las Empresas responsables, la revisión y sustitución de más de 15.536 productos que presentaban riesgos para los consumidores. Cabe indicar,

## ACTUACIONES SEGURIDAD DE PRODUCTOS

ORIGEN/NATURALEZA	CONTACTOS CON EMPRESAS (TOTALES)		CONTROLES DE PRODUCTOS (TOTALES)		PRODUCTOS RETIRADOS
	ESCRITO/ FAX	ACTAS INSPECCIÓN	ACTAS T. MUESTRAS	INFORMES	
<b>ACTUACIONES NO PROGRAMADAS</b>					
• Red de Alerta	792	154	45	30	31.761
• Denuncias	14	28	16	2	925
• Escritos otros Organismos	126	48	31	11	22.357
• Otros	15	25	19	2	5.745
<b>SUBTOTAL</b>	<b>947</b>	<b>255</b>	<b>111</b>	<b>45</b>	<b>60.788</b>
<b>ACTUACIONES PROGRAMADAS</b>					
• Campaña	-	18	228	15	-
• Controles Prospectivos	-	10	33	2	-
<b>SUBTOTAL</b>	<b>-</b>	<b>28</b>	<b>261</b>	<b>17</b>	<b>-</b>
<b>TOTAL</b>	<b>947</b>	<b>283</b>	<b>372</b>	<b>62</b>	<b>60.788</b>
		<b>1.230</b>		<b>434</b>	

- *El destino final propuesto a la mercancía retirada ha consistido en un alto porcentaje en la devolución de la misma a origen, y en un porcentaje inferior en su destrucción (gestionada a través de Empresas gestoras de residuos autorizadas por la Dirección General de Medio Ambiente).*

también que se han efectuado 6 Comunicaciones por motivo de competencia territorial desde esta Comunidad Autónoma sobre productos inseguros a los Organismos competentes.

Durante el año 2002, la Comunidad de Madrid ha comunicado 49 productos al Sistema de Red de Alerta que representan un 33,5% del cómputo nacional. De ellos, 6 han pasado a Notificaciones europeas.

Los productos implicados en controles de seguridad han sido: de uso infantil (juguetes, artículos de puericultura), eléctricos (electrodomésticos, pequeño electrodoméstico, luminarias, componentes), así como encendedores.

### 3.1.4 Campañas

Las Campañas efectuadas durante el año 2002 son de tres tipos: Comunitarias (a nivel de la Comunidad Europea), Nacionales (con participación en alguna de ellas de los Servicios Municipales de Consumo) y Regionales efectuadas por nuestro servicio.

#### Campañas Comunitarias

##### PROGRAMA COORDINADO PARA EL CONTROL OFICIAL DE LOS PRODUCTOS ALIMENTICIOS 2002

En el año 2002, la Comisión ha propuesto que los Estados Miembros realicen inspecciones y controles mediante tomas de muestras para su análisis en el laboratorio con el objetivo de supervisar el cumplimiento de las normas comunitarias sobre el etiquetado de determinados productos alimenticios.

##### ETIQUETADO DE PRODUCTOS ALIMENTICIOS MODIFICADOS GENÉTICAMENTE

El objetivo de este Programa es controlar el cumplimiento de las normas comunitarias en lo referente al etiquetado de los alimentos e ingredientes alimentarios consistentes en maíz o soja modificados genéticamente o que pueden contenerlos o haber sido fabricados a partir de estos.

Se han tomado 16 muestras, de las cuales 13 han resultado correctas, no habiéndose recibido aún los resultados de las 3 restantes.



#### Campañas Nacionales

Se coordinan a través del I.N.C., habiendo sido seleccionadas de entre las propuestas por las Comunidades autónomas. Han sido programadas con carácter bienal (años 2001 y 2002) combinándose en algunas Campañas el control del etiquetado y los controles analíticos mediante tomas de muestras.

En alguna de estas Campañas nacionales han colaborado los Servicios municipales de consumo, coordinándose sus actividades desde esta Dirección General de Consumo.

##### CONTROL DE LA INFORMACIÓN OBLIGATORIA Y FACULTATIVA EN PRODUCTOS ALIMENTICIOS

Para un mejor desarrollo de las actividades programadas, se ha coordinado con los Servicios Municipales de Consumo esta Campaña, a fin de determinar el cumplimiento del etiquetado, presentación y publicidad de determinadas categorías de productos asignadas por el I.N.C., se han controlado un total de 1.034 productos. El mayor número de irregularidades, un 12 %, ha correspondido a los pesados en relación al incumplimiento de las

obligaciones de etiquetado. En las demás categorías de productos, sólo en un 4% se han detectado irregularidades en diferentes aspectos de su etiquetado.

Además, se han tomado 97 muestras indicativas, de las que 1 no ha podido ser analizada por deterioro en el almacén y de 14 no se han recibido aún los resultados. De las 82 que restan, el 24% han resultado incorrectas.

### INSPECCIÓN Y CONTROL DE PRODUCTOS INDUSTRIALES

El objetivo de esta Campaña ha sido la comprobación del cumplimiento de los requisitos de seguridad, etiquetado y presentación de los siguientes grupos de productos: material escolar, artículos de puericultura, productos de limpieza y mantenimiento del hogar y láser. Se han controlado un total de 292 productos, presentando en un 42% irregularidades en su etiquetado, siendo las más frecuentes la incompleta identificación del responsable y la existencia de etiquetados en lengua no española en los jugue-

tes, así como la ausencia de algunos consejos preceptivos para su uso en chupetes y cadenas.

Además, se han tomado 57 muestras de los diferentes grupos de productos, detectándose que un 45% incumplen el etiquetado y un 7% presentan incumplimientos de seguridad.

Por parte de los Servicios Municipales de Consumo se han controlado 227 productos habiendo visitado 284 establecimientos y levantando 60 Actas.

### INSPECCIÓN Y CONTROL DE LA CALIDAD E INFORMACIÓN DE PRODUCTOS INDUSTRIALES

Se han controlado requisitos de calidad, etiquetado y presentación de accesorios de automóviles, artículos de marroquinería, de deporte y calzado deportivo, así como los requisitos relativos al etiquetado energético y medioambiental en electrodomésticos y luminarias. El total de productos inspeccionados ha sido de 589, con un 18% de irregularidades en relación al etiquetado que le es preceptivo.

Se retiraron además 78 muestras de los diferentes grupos de productos, indicando los resultados conocidos que el 50% presentaban incumplimiento de etiquetado.

Los Servicios Municipales de Consumo inspeccionaron 185 artículos de marroquinería, visitando 11 establecimientos y levantando 24 Actas.

### CONTROL DE APLICACIÓN DE PRECIOS

Al objeto de comprobar el grado de cumplimiento de las obligaciones establecidas mediante el Real Decreto 343/2000 de 15 de diciembre, por el que se regula la indicación de los precios de los productos ofrecidos a los consumidores y usuarios, se han controlado los precios en un total de 4.261 productos, en punto de venta y 2.735 en catálogo/ofe-

ta, detectándose que un 73% de los mismos, en el primer caso, y un 55%, en el segundo, presentaba irregularidades en la indicación del precio por unidad de medida.

Los Servicios Municipales controlaron 623 productos en 159 establecimientos y levantaron 52 Actas.

### GUIRNALDAS LUMINOSAS: CAMPAÑA DE NAVIDAD

Dada la utilización generalizada de estos artículos en periodos navideños, se ha programado la Campaña con el fin de efectuar un seguimiento de los mismos comprobando si cumplen las exigencias de

seguridad del material eléctrico. Se analizaron 14 muestras, presentando irregularidades el 78% de ellas y teniendo un 71% incumplimientos de las normas de seguridad.

BALANCE GENERAL DE ACTUACIONES  
POR CAMPAÑA

CAMPAÑA	TIPO	ACTAS	INFORMES	MUESTRAS	TOTALES
• Etiquetado prod. alimenticios modificados genéticamente	Comunitaria	-	-	16	16
• Información prod. alimenticios	Nacional	30	937	97	1.064
• Inspec. y Control prod. industr.	Nacional	96	274	57	427
• Calidad prod. industr. Inform.	Nacional	49	212	78	339
• Control indicación precios	Nacional	52	4.261	-	4.313
• Guirnaldas luminosas	Nacional	-	-	14	14
• Caramelos	Regional	-	-	20	20
• Chocolates	Regional	-	-	23	23
• Galletas	Regional	-	-	20	20
• Leche	Regional	-	-	15	15
• Mantequilla. Margarina	Regional	-	-	30	30
• Patés y fiambres	Regional	-	-	20	20
• Pescadilla	Regional	-	-	20	20
• Pescados fileteados	Regional	-	-	20	20
• Productos "sin azúcar"	Regional	-	-	22	22
• Vinagres	Regional	-	-	20	20
• Zumos	Regional	-	-	20	20
• Aparellaje eléctrico	Regional	-	-	20	20
• Calzados	Regional	-	-	20	20
• Cosméticos "Todo a 100"	Regional	-	-	20	20
• Encendedores	Regional	-	-	18	18
• Gasóleo A	Regional	-	-	20	20
• Lejías y limpiadores	Regional	-	-	20	20
• Pinturas	Regional	-	-	10	10
• Repuestos ollas a presión	Regional	-	-	20	20
• Ropa interior niños	Regional	-	-	20	20
• Seguridad prod. industriales	Reg./colab. LCOE	-	-	37	37
• Herramientas	Reg./colab. LMM	-	-	16	16
• Control combustibles	Reg./L. Gómez Pardo	-	-	32	32
<b>TOTAL</b>	<b>Campañas</b>	<b>227</b>	<b>5.684</b>	<b>745</b>	<b>6.656</b>

## Campañas Regionales

### CARAMELOS BLANDOS, NUBES, GOMINOLAS

El objetivo de la Campaña ha sido verificar, además de los aditivos, la adecuación del etiquetado a la normativa. Se tomaron las 20 muestras programadas, pero 6 carecían de eti-

queta no reflejándose la lista de ingredientes por lo que no pudieron verificarse los aditivos. El resto de las muestras analizadas: el 70% resultó ser correcto.

### CHOCOLATES A LA TAZA

El objeto de esta Campaña ha sido comprobar la adecuación del etiquetado y determinar los ácidos grasos y esteroides. Se han tomado 23 muestras de las que el 22% han si-

do incorrectas en cuanto al etiquetado y el 35% incumplen en contenido efectivo de ácidos grasos y esteroides.

### GALLETAS CON ALEGACIONES NUTRICIONALES

Se tomaron las 20 muestras que se habían programado, aunque una de ellas llegó deteriorada al laboratorio, por lo que únicamente se pudo comprobar la adecuación a la nor-

mativa en 19 muestras. El 15% resultaron incorrectas por el tamaño de los caracteres, el etiquetado nutricional o por no corresponderse los ácidos grasos con lo declarado.

### LECHE UHT DESNATADA

La Campaña se ha realizado sobre las 15 muestras programadas según protocolo para determinar la presencia de aflatoxina M1 según Reglamento (CE) nº 1525/98 de la Comisión.

Todas las muestras analizadas en esta Campaña han resultado correctas respecto a la Normativa aplicada.

### MARGARINAS Y MANTEQUILLAS

Se ha efectuado la Campaña con el fin de verificar la adecuación de determinados parámetros a la normativa. Se tomaron 30 mues-

tras (15 de margarina y 15 de mantequilla). Todas las muestras analizadas han sido correctas.

### PATÉS Y FIAMBRES

Realizada para verificar si la especie animal determinada coincide con la declarada en la etiqueta, se han tomado las 20 muestras de diferentes tipos programadas. De las muestras analizadas, en el 55% la especie determinada

coincide con la declarada. En el 45% no ha sido posible emitir dictamen por encontrarse el ADN muy degradado o bien porque mediante el método utilizado no se ha podido llegar a un resultado concluyente.

### PESCADILLAS DE RACIÓN

Esta Campaña ha sido programada con el fin de investigar la presencia de parásitos nemátodos (anisakis, sp). Se han analizado 20 muestras compuestas por cuatro submuestras, como establecía el protocolo. El resultado ha

indicado que el 55% han sido incorrectas por detectarse en alguna, o todas las submuestras "Anisakis, sp" habiéndose remitido las actuaciones a la Dirección General de Salud Pública.

### PESCADOS PLANOS FILETEADOS

El objetivo de esta Campaña, realizada sobre 20 muestras programadas ( 12 de lenguado y 8 de mero) ha sido verificar si la especie de muestras de pescados planos fileteados, frescos, congelados y precocinados, corres-

ponde a la denominación de venta. El resultado ha sido incorrecto en todas ellas, ya que ninguna especie animal se corresponde con la denominación de venta.

### PRODUCTOS CON ALEGACIÓN "SIN AZÚCAR"

Se analizaron 22 muestras según lo acordado en el protocolo para verificar la adecuación a la normativa y lo declarado en la etiqueta. El 27% han resultado incorrectas,

todas por presentar irregularidades en el etiquetado y el 4% por no cumplir determinados parámetros de calidad en los límites establecidos.

### VINAGRES

Esta Campaña se llevó a cabo para constatar el grado de adecuación a la normativa. Se analizaron 20 muestras de las que el 65% han resultado incorrectas, siendo el 60% de-

bido a presentar irregularidades en el etiquetado y el 10% por presentar desviaciones de los productos de calidad respecto a los límites establecidos en la normativa.

### ZUMOS CON INGREDIENTES ADICIONALES

El propósito de la Campaña ha sido comprobar la adecuación de este tipo de productos a la normativa. Se tomaron 20 muestras,

de las cuales el 39% incumple el etiquetado y el 28% las indicaciones de contenido obligatorio.

### APARELLAJE ELÉCTRICO: BASES Y ADAPTADORES

Se ha efectuado esta Campaña con el objetivo de comprobar la adecuación a la normativa y verificar la seguridad eléctrica. De las 20 muestras tomadas, según el protocolo, única-

mente se ha recibido el resultado de 8, siendo sólo 1 incorrecta por no cumplir el reglamento electrotécnico.

### CALZADO DE VESTIR EN PIEL

Se han tomado 20 muestras con el objetivo de comprobar el cumplimiento de estos productos a la normativa en cuanto a etiquetado y composición, según el Real Decreto 1718/95 de 27 de octubre. De los resultados analíticos se de-

duce que el 10% de las muestras han resultado incorrectas, siendo el 5% por no denominar los materiales de la manera establecida, y el mismo porcentaje por ser la composición determinada distinta a la declarada en la etiqueta.

### COSMÉTICOS "TODO A 100" (ESMALTES DE UÑAS Y QUITAESMALTES)

Se acordó efectuar esta Campaña sobre 20 muestras programadas para comprobar el grado de cumplimiento de adecuación a la normativa de estos productos comercializados en tiendas "Todo a cien y +". De las mues-

tras analizadas, el 80% han sido incorrectas, todas ellas por presentar irregularidades en el etiquetado y el 5% por ser el contenido neto inferior al declarado.

### GASÓLEO A

Se ha efectuado esta Campaña con el fin de comprobar la calidad de dicho combustibles mediante la determinación de los parámetros

establecidos en la normativa vigente. Se han tomado 20 muestras siendo el 100% de las mismas conformes a la normativa.

### ENCENDEDORES

Esta Campaña ha sido programada nuevamente este año dado el gran número de estos artículos en el mercado que incumplen los requisitos esenciales de seguridad habiendo dado lugar a varias Notificaciones de Red de Alerta en años anteriores. Los ensayos de verificación de seguridad de su uso han sido re-

feridos a requisitos funcionales, de integridad estructural, instrucciones de advertencias y marcado del producto. Se han tomado 18 muestras, de las cuales sólo 1 es conforme. El 61% de las muestras incumplen los requisitos funcionales y el 11% los requisitos de integridad estructural.

### LEJÍAS Y LIMPIADORES

Realizada con el fin de determinar si dichos artículos cumplen los requisitos exigidos por la legislación. Se han tomado 20 muestras (10 de lejías y 10 de limpiadores), aunque sólo se han analizado 19 por llegar una de ellas al laboratorio derramándose el contenido. De las mues-

tras analizadas, el 84% han resultado incorrectas, siendo el 37% por presentar irregularidades en el etiquetado, el mismo porcentaje por incumplir determinados requisitos en envase, el 26% por composición y el 21% por ser el contenido neto inferior al declarado.

### PINTURAS

Se programó la Campaña para verificar la adecuación a la normativa. Se tomaron 10

muestras, según lo programado. Aún no se han recibido los resultados.

### REPUESTOS PARA OLLAS A PRESIÓN

La finalidad de esta Campaña ha sido verificar la adecuación de estos repuestos a su uso. Se tomaron 20 muestras, siendo sólo 1 de

ellas correcta. El resto presentaba irregularidades en la información obligatoria.

### ROPA INTERIOR DE ALGODÓN PARA NIÑOS

Se programó mediante la toma de 20 muestras para verificar la adecuación de este tipo de artículos a la normativa. Hasta el momen-

to, se han recibido los resultados de 10 de las muestras, de los cuales 3 han sido incorrectas por incumplimientos en el etiquetado.

### CONTROL REGLAMENTARIO DE SEGURIDAD DE PRODUCTOS

En el marco del Convenio de Colaboración suscrito con la Fundación para el Fomento de la Innovación Industrial para el control de productos industriales en materia de seguridad, se ha llevado a cabo, como en años anteriores, la Campaña de control mediante la toma de muestras para su ensayo de los siguientes productos: 37 muestras de luminarias incorporadas a muebles de baño, portátiles y material para su instalación; línea marrón y equipo informático y línea blanca y pequeño electrodo-

méstico. Asimismo, se han tomado 16 muestras de máquinas y herramientas (bricolaje y jardinería, carros de autoservicio y gatos para automóviles). En los análisis efectuados, se ha detectado que en el primer grupo un 54% incumple por motivos de seguridad y en el segundo un 24% por etiquetado irregular.

Este trabajo se ha efectuado con el Laboratorio Cebtral Oficial de Electrotécnia (LCOE) y con el Laboratorio de Máquinas y Mecanismos (LMM).

### CONTROL SISTEMÁTICO DE COMBUSTIBLES

Efectuado en colaboración con el Centro de Laboratorios y la Fundación Gómez Pardo.

Se han tomado 32 muestras.

BALANCE DE ACTUACIONES  
ANALÍTICAS

PRODUCTOS ALIMENTICIOS	DENUNCIAS	OTRAS: NO DE SEGURIDAD	SEGURIDAD	CAMPAÑAS/ C. PROSPECT	TOTALES	CUMPLE	INCUMPLE	SIN DATOS
• Bebidas alcohólicas		2		3	5	3	2	
• Bebidas refrescantes		3		17	20	15	3	2
• Bollería/pasteles, galletas				21	21	16	4	1
• Café				6	6			6
• Caldos y sopas				6	6	6		
• Caramelos				20	20	10	4	6
• Condimentos, sal, vinagre				25	25	7	13	5
• Conservas de pescado y ahumados				35	35	12	8	15
• Conservas vegetales				22	22	14	6	2
• Chocolates/derivados				27	27	13	2	12
• Dietéticos				27	27	16	8	3
• Edulcorantes				6	6	1	1	4
• Embutidos y fiambres				40	40	18	11	11
• Harinas y pan				5	5	4	1	
• Lácteos				45	45	27	2	16
• Legumbres				6	6	5		1
• Mantequilla/margarina				30	30	30		
• Pastas y masas				5	5			5
• Pescados				40	40	9	31	
• Platos preparados				7	7			7
• Postres				5	5	2		3
• Salsas				5	5	1	4	
• Transgénicos				16	16	13		3
• Zumos y néctares				29	29	16	13	
<b>TOTALES</b>		<b>5</b>		<b>448</b>	<b>453</b>	<b>238</b>	<b>113</b>	<b>102</b>



BALANCE DE ACTUACIONES  
ANALÍTICAS

PRODUCTOS INDUSTRIALES	DENUNCIAS	OTRAS: NO DE SEGURIDAD	SEGURIDAD	CAMPAÑAS/ C. PROSPECT	TOTALES	CUMPLE	INCUMPLE	SIN DATOS
• Accesorios automoviles				25	25	5	7	13
• Aparellaje eléctrico	1	1	3	28	33	12	10	11
• Artículos deportivos		1		25	26	10	12	4
• Artículos infantiles y puericultura	1			3	4	1	1	2
• Calzados		1		25	26	21	3	2
• Chupetes/cadenas	5		6	8	19	6	6	7
• Electrodomésticos y pequeña electrodom.		3	7	27	37	11	21	5
• Ferrería		2		2	4	1	1	2
• Gasóleo/Gasolina	18	5		52	75	68	5	2
• Guiraldas luminosas			2	14	16	4	12	
• Joyería		1			1	1		
• Juguetes y art. broma	3	2	32	39	76	20	27	29
• Luminarias		1	3	16	20	2	16	2
• Llaveros con figuras			7		7		5	2
• Menaje del hogar (cubiertos, etc.)	1		4	13	18	4	14	
• Máquinas				16	16	12	4	
• Marroquinería				30	30	8	21	1
• Material escolar				5	5			5
• Mecheros		1	6	18	25	1	22	2
• Aparatos radio-TV-video, CD y accesorios	4	3		8	15	1	9	5
• Ordenadores y accesorios	1			1	2			2
• Patinetes			4		4		4	
• Piercing			2		2		2	
• Productos cosméticos y accesorios	5	7		27	39	8	22	9
• Pinturas				10	10			10
• Productos de limpieza	7	11		31	49	23	24	2
• Productos químicos	2	2			4	1	1	2
• Punteros láser			7		7		6	1
• Repuestos ollas a presión				20	20	1	19	
• Textiles	6			20	26	9	5	12
• Varios	5	2	1	2	10	3	3	4
<b>TOTALES</b>	<b>59</b>	<b>43</b>	<b>84</b>	<b>465</b>	<b>651</b>	<b>233</b>	<b>282</b>	<b>136</b>

BALANCE GENERAL DE ACTUACIONES

MOTIVO DE LA ACTUACIÓN	ACTUACIONES			ESTABLECIMIENTOS VISITADOS	PRODUCTOS CONTROLADOS
	ACTAS INSPECCIÓN	A.T. MUESTRAS	INFORMES PROTOCOLOS		
• Denuncias	134	59	21	140	150
• Comunicaciones	17	9	10	32	32
• Escritos Seguridad Industrial	14	20		25	34
• Otros escritos	16	5	5	18	30
• Oficio Ampliación Diligencias	50	34	4	85	94
• Ampliación Diligencias Red Alerta	19	47	2	57	69
• Redes de Alerta	20	17	5	49	49
• Campañas	227	745	5.684	991	6.568
• Control Prospectivo	11	168	3	85	240
<b>TOTAL</b>	<b>508</b>	<b>1.104</b>	<b>5.734</b>	<b>1.482</b>	<b>7.266</b>

## Control de productos

Durante el año 2002, la Dirección General de Consumo se ha seguido, en estrecha colaboración con las Empresas responsables, la revisión y sustitución de más de 15.536 productos que presentaban riesgos para los consumidores, especialmente de uso infantil (juguetes, artículos de puericultura), eléctricos (electrodomésticos, pequeño electrodoméstico, luminarias, componentes), así como encendedores.

Estos son algunos ejemplos.

Cepillos de dientes con elementos móviles en el interior de su cuerpo.



Elementos de piercing con pila de botón incorporada.

Vaso de plástico con elementos móviles en el fondo.



Pasapurés.



58

Perrito de peluche movido con pilas.



Licadora de uso doméstico.



## 3.2 Inspección de servicios

Las actividades desarrolladas durante el año 2002 por la Sección de Inspección de Servicios han estado condicionadas por tres hechos de notable importancia:

1. Aumento importante del número de denuncias recibidas, en su mayoría debidas al cierre de academia de enseñanza de inglés con gran repercusión tanto en la Comunidad de Madrid por el número de alumnos afectados y también por las relacionadas contra empresas que actúan sobre instalaciones de gas sin contar con las preceptivas autorizaciones.
2. Han revestido gran interés las actuaciones llevadas a cabo en el sector de vivienda: 2 gestoras que no avalaron las cantidades entregadas a cuenta por consumidores. En un caso, se desarrollaron como continuación de las actuaciones llevadas a cabo en el año 2000, que concluyeron con la incoación de expediente sancionador, suspendido a petición del Juzgado que entendía del caso. Las actuaciones inspectoras llevadas a cabo en 2002 fueron motivadas como ampliación de denuncia anterior en relación con los contratos de rescisión y concluyeron con la incoación de un nuevo expediente sancionador.

En el segundo caso se trató de una gestora de cooperativas, que tampoco avaló las cantidades entregadas a cuenta por un importante número de socios en concepto de reserva de vivienda. Ambos casos tuvieron una notable repercusión a nivel de opinión pública.

3. Se han iniciado cambios a nivel organizativo basados en la clara diferenciación del tipo de denuncias que se tramitan en la Sección, que se diferencian en dos grupos: vivienda/ sectores relacionadas y otros servicios.

Estos cambios han supuesto la creación de una nueva Sección de Inspección de Servicios de Vivienda.

La línea de actuación en Inspección de Servicios, como en años anteriores, ha abarcado sectores tales como: compra- venta de vivienda, instalaciones y reformas del hogar, telefonía móvil, servicios de reparación de diferentes bienes de consumo (automóviles, de uso doméstico), grúas (como novedad sobre este sector se ha registrado la entrada en vigor de normativa autonómica propia), enseñanza, gas, etc

Por lo que respecta a origen de las actuaciones, se pueden clasificar en programadas - resultado de una planificación previa que incluye calendario, cuestionario específico, etc, es el caso de campañas, y no programadas -denuncias y actividades de las que se da traslado por particulares u otros Organismos-. Durante el año 2002 ha continuado la tendencia de los últimos años, representando las no programadas el motivo principal de las actividades realizadas en Inspección de Servicios. Hay que hacer constar, no obstante, que aun cuando las actuaciones programadas han representado una pequeña contribución al número de inspecciones contabilizadas (que han corrido a cargo de los Servicios Municipales de Consumo), la planificación y evaluación de las campañas sí se han efectuado desde la Sección.

Es importante resaltar, en línea con lo apuntado en el párrafo anterior, la estrecha colaboración mantenida con los Servicios Municipales de Consumo, tanto en la realización de los controles de campañas, como en el caso del cierre de academias de inglés que afectó de manera importante al ámbito geográfico de toda la Comunidad y en particular a algunos municipios.

### 3.2.1 Actividades no programadas

En la tabla adjunta se recoge la clasificación de denuncias -directas o transformadas- que han tenido entrada en la Sección de Inspección de Servicios, diferenciándolas por orden cronológico y sector. Estos casos proceden del Servicio de Orientación al Consumidor, donde se ha intentado de forma mayoritaria la mediación sin resultados positivos, o son multireincidentes o presentan graves vulneraciones de derechos.

#### ACTUACIONES NO PROGRAMADAS RECIBIDAS

SECTOR	DENUNCIAS (DIRECTAS O TRANSFORMADAS)	DENUNCIAS (DIRECTAS O TRANSFORMADAS)	DE OFICIO	TOTAL
	PRESENTADAS ANTES DEL 2002	PRESENTADAS EN EL 2002		
• Alimentación	-	-	-	-
• Bienes industriales	34	81	3	118
• Servicios y Suministros	100	1152	22	1274
• Reforma Hogar	39	125	0	164
• Vivienda	197	278	6	481
<b>TOTALES</b>	<b>370</b>	<b>1636</b>	<b>31</b>	<b>2037</b>

Entre las actuaciones llevadas a cabo, las no programadas representan el principal motivo de los controles efectuados, mostrando el número de denuncias procedentes del Servicio de Orientación al Consumidor (2.037) un aumento del 11% respecto del año 2001. Algunas de estas denuncias han seguido un trámite previo de mediación por parte del citado Servicio; otras, por el contrario se trasladan para trámite directo de inspección, ya que de su contenido y de la documentación adjuntada se desprenden incumplimientos de la normativa de aplicación y por tanto vulneraciones de los derechos de los consumidores.

En relación al pasado 2001, es de destacar, tal como puede observarse en la tabla adjunta en la que se resume el número de denuncias recibidas por sector, el importante incremento que se registra en el sector Servicios y Suministros (88%) debido a las denuncias relacionadas con el cierre de academias de inglés y las relacionadas con intervenciones en instalaciones de gas por empresas que carecen de las autorizaciones establecidas en la normativa vigente.

Sectores como compra-venta de vivienda muestran un ligero descenso (16%) en las denuncias recibidas, motivado por unos criterios de selección más realistas, teniendo en cuenta la viabilidad del caso a partir de la documentación aportada. También el sector "bienes", registra un ligero descenso, motivado en este caso por la consolidación interna en la tramitación por la Sección de Control de Calidad. Se observa un aumento, sin embargo, en el sector de reformas del hogar entre las denuncias formuladas y trasladadas a Inspección de Servicios durante el año 2002.

## Actuaciones llevadas a cabo por reclamación y/o denuncia

Se han tramitado en la Sección un total de 2.232, de las que se han resuelto 1665, con el destino recogido en la tabla de la página siguiente; 567 se encuentran en alguna fase de trámite, que se expresa en la tabla correspondiente.

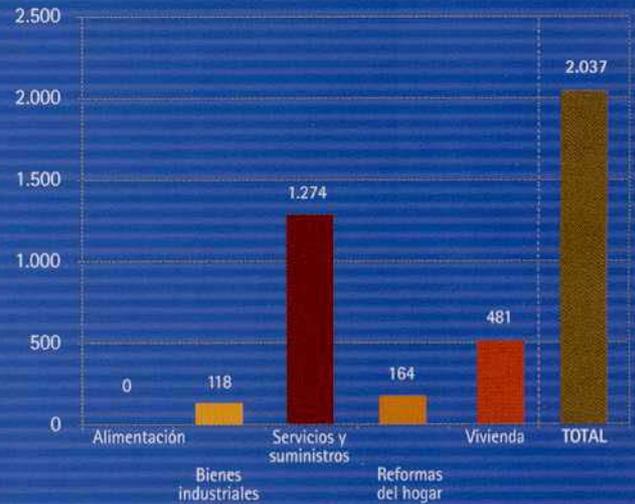
Los documentos cumplimentados han sido 1.428:

- Actas de inspección por reclamación: 622.
- Actas de inspección de oficio: 38.
- Informes de inspección por reclamación: 747.
- Informes de inspección de oficio: 21.

El número de establecimientos visitados por ha sido de 628 establecimientos.

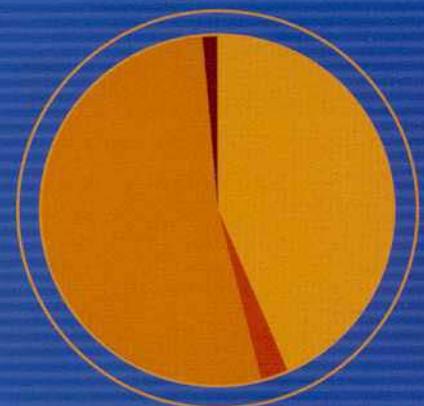
Durante el año 2002 se ha mantenido el tratamiento iniciado en el pasado año en relación a los documentos de denuncias, disminuyendo las iniciaciones directas al efectuar la Administración la petición de dictámenes periciales en vivienda, o acumularse denuncias en el mismo expediente.

Figura 20 - Actuaciones no programadas recibidas (por sectores)



61

Figura 21 - Documentos tramitados



- Actas de inspección por reclamación ..... 622
- Actas de inspección de oficio ..... 38
- Informes de inspección por reclamación: ..... 747
- Informes de inspección de oficio: ..... 21

Es el sector de servicios y suministros el que presenta una mayor incidencia en las actuaciones, seguido del de viviendas y reformas del hogar.

TRÁMITE SEGUIDO POR LAS DENUNCIAS  
(DIRECTAS O TRANSFORMADAS)

RESUELTAS	PRESENTADAS ANTES DE 2002	PRESENTADAS EN 2002	TOTAL
PROCEDIMIENTO	642	505	1.147
• Apercibimiento	-	3	3
• V.G.I.	-	4	4
• Negativas	291	67	358
• Archivo solucionado	2	2	4
• Retirada reclamación	-	2	2
• Ilocalizables	45	5	50
• No Consumidor	1	3	4
• Inhibición			
Territorial	9	11	20
Material	12	25	37
• Control Calidad	29	7	36
<b>TOTAL</b>	<b>1.031</b>	<b>634</b>	<b>1.665</b>

EN TRÁMITE

• Pendientes de inspección	21	257	278
• Pendientes de informe	15	89	104
• Pendientes de iniciación	27	14	41
• Pendientes de document.	23	23	46
• Pendientes de citación	7	4	11
• Otros	48	39	87
<b>TOTAL</b>	<b>141</b>	<b>426</b>	<b>567</b>

### 3.2.2 Actuaciones programadas o por campaña

Se han efectuado campañas de inspección de servicios a dos niveles:

- Nacionales
- Regionales

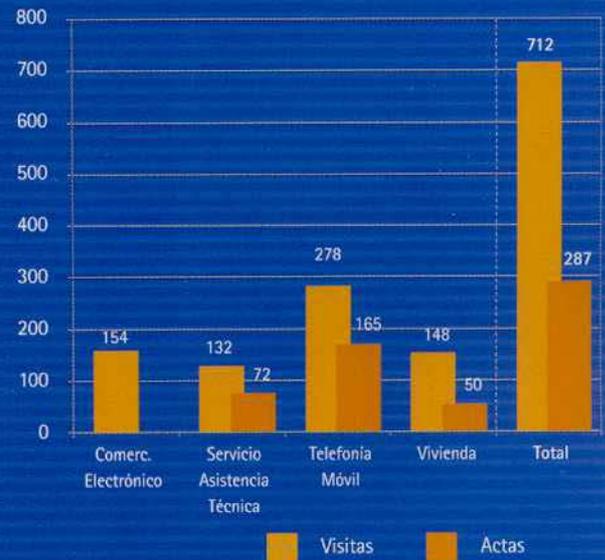
Asimismo, durante el año 2002 se han dividido las Campañas en tres tipos:

- Campañas de inspección de servicios en calendario cerrado.
- Campañas sistemáticas o de continuidad.
- Campañas de investigación.

#### Campañas nacionales

Son aquellas en las que, con objeto de lograr una mayor protección de los intereses de los consumidores, el Instituto Nacional de Consumo ha coordinado los protocolos de inspección, una vez consensuadas con las Comunidades Autónomas. Asimismo, los servicios municipales de consumo de la Comunidad de Madrid han participado en la ejecución de las mismas. Al final del año, se ha cumplimentado una evaluación común para todas las CC.AA.

Figura 22 - Campañas Nacionales de Inspección de Servicios (por sectores)



#### CAMPAÑAS NACIONALES DE INSPECCIÓN DE SERVICIOS

CAMPAÑA	COMUNIDAD DE MADRID		SERVICIOS MUNICIPALES		TOTAL VISITAS/ACTAS
	VISITAS	ACTAS	VISITAS	ACTAS	
• Comercio electrónico	-	-	154	-	154/-
• Servicio Asist. Técnica	116	61	16	11	132/72
• Telefonía móvil	-	-	278	165	278/165
• Vivienda	102	13	46	37	148/50
<b>TOTAL</b>	<b>218</b>	<b>74</b>	<b>494</b>	<b>213</b>	<b>712/287</b>

## Campañas regionales

La selección de campañas a desarrollar, como en años anteriores se realizó teniendo en cuenta las sugerencias aportadas por los Servicios Municipales de Consumo, se tuvo en cuenta también la programación nacional comentada en el apartado anterior. Por tal motivo, y con el fin de articular una protección más homogénea de los consumidores y usuarios de la Comunidad de Madrid y conjugar el carácter global preconizado por el INC a nivel nacional con un control exhaustivo de los sectores seleccionados, se decidió integrar las campañas programadas a nivel nacional en el sector servicios en el programa regional de colaboración con los Servicios municipales, por ser absolutamente imprescindible aprovechar los recursos disponibles (personales, medios, etc..) en aras a la consecución de un mayor nivel de protección de los derechos de los consumidores.

La programación de las campañas regionales a su vez, puede diferenciarse en tres tipos diferentes:

### » Campañas de inspección de servicios (calendario cerrado)

Se desarrollan a calendario cerrado, durante un periodo de tiempo determinado, con un cuestionario común. Las campañas llevadas a cabo han sido:

- Grúas (únicamente de carácter regional).
- Comercio electrónico por Internet (también es nacional).
- Telefonía móvil (también es nacional).
- Vivienda (también es nacional).

### CAMPAÑAS REGIONALES DE INSPECCIÓN (CALENDARIO CERRADO)

CAMPAÑA	COMUNIDAD DE MADRID		SERVICIOS MUNICIPALES		TOTAL
	VISITAS	ACTAS	VISITAS	ACTAS	VISITAS/ACTAS
• Gruas	-	-	34	11	34/11
TOTAL	-	-	34	11	34/11

### » Campañas sistemáticas (programa de continuidad)

Son aquellas campañas regionales de programa abierto o de continuidad durante todo el año, que pretenden realizar controles exhaustivos en aquellos sectores que más incidencia tienen en las denuncias y/o

reclamaciones de los consumidores, se han llevado a cabo por los inspectores de consumo de la Comunidad de Madrid en colaboración con los de los Ayuntamiento que se han adherido a su realización, y en concreto, durante 2002, las Campañas sistemáticas llevadas a cabo en 2002 han sido:

- Talleres de reparación.
- Hojas de reclamaciones.
- Servicio de asistencia técnica (también es nacional).

### CAMPAÑAS SISTEMÁTICAS (PROGRAMA DE CONTINUIDAD)

CAMPAÑA	COMUNIDAD DE MADRID		SERVICIOS MUNICIPALES		TOTAL VISITAS/ACTAS
	VISITAS	ACTAS	VISITAS	ACTAS	
• Talleres de Reparación	-	-	73	42	73/42
• Hojas de Reclamación	-	-	964	97	964/97
<b>TOTAL</b>	-	-	<b>1.037</b>	<b>139</b>	<b>1.037/139</b>



En todas las campañas regionales se elaboran protocolos que incluyen cuestionarios comunes para todos los Servicios Municipales y fichas de evaluación que son remitidas al Servicio de Inspección y Control para la elaboración de informe final; por parte de algunos Servicios Municipales se remite el conjunto de actuaciones, actas incluidas para incoación de posibles expedientes sancionadores, por carecer de medios para tal fin.

#### ▶▶ Campañas de investigación

En las Campañas de investigación, se controlan sectores que reúnen los criterios de las 2 anteriores, en los que interesa comprobar la evolución en el tiempo y que a su vez han sido objeto de campañas en años anteriores. La Campaña realizada este año en colaboración con los Servicios municipales de Consumo ha sido la de marcado de precios (que durante los meses de abril y mayo fue informativa y en los meses de septiembre y octubre de carácter correctiva). Por parte de los Ayuntamientos, en esta Campaña se han visitado 159 establecimientos, comprobándose 623 productos y levantando 52 Actas.

#### ▶▶ Resultados y conclusiones

Entre las Campañas efectuadas, cuyos datos ya se han reflejado, son de destacar las siguientes:

### • Telefonía y S.A.T. de telefonía

La aparición y fuerte expansión de los sistemas de telefonía móvil es un fenómeno relativamente reciente, que ha supuesto la canalización hacia este tipo de telefonía de un buen número de las comunicaciones telefónicas y de nuevos servicios y prestaciones, tales como chat en Internet, servicios de información y venta, banca telefónica, etc., lo que ha producido un incremento vertiginoso de la venta de este tipo de artículos, que los ha llevado a hacerlos un instrumento de uso frecuente.

La novedad y bajo precio, por estar subvencionados los terminales telefónicos hizo que el público no prestase gran atención al etiquetado, a las garantías de los aparatos, sus defectos, y a sus precios, dadas las ofertas, ya que las operadoras subvencionaban los terminales telefónicos, por lo que era mucho más económico y conveniente el cambio de terminal por uno nuevo, que su reparación. La estabilización de mercado y reducción de las subvenciones hizo que los consumidores fuesen más exigentes frente a los incrementos de precios y las condiciones de servicio produciéndose en consecuencia un elevado número de reclamaciones.

Las Autoridades de Consumo propusieron una Campaña Nacional que en nuestra Comunidad se llevó a cabo en colaboración con la Inspección de 13 municipios.

Los objetivos de esta Campaña fueron:

- **Comprobar el cumplimiento de la normativa en materia de información obligatoria y etiquetado.**
- **Comprobar el cumplimiento de la normativa en post-venta y reparación.**

La actuación inspectora incluyó visita a los establecimientos de venta con atención a los productos y las marcas más representativas así como la determinación de la situación legal de los servicios de reparación (S.A.T.). Los resultados obtenidos indican que, pese a haber disminuido respecto al año anterior el número de municipios que han participado en la ejecución de esta Campaña, el número de establecimientos y el número de productos ha aumentado en un 10% respecto a la Campaña de 2001.

Respecto a las irregularidades detectadas en el apartado de productos, el mayor problema se sigue

detectando en los accesorios telefónicos y no en los propios terminales (por lo que se orientó la inspección a revisar prioritariamente estos productos y no los propios terminales), siendo la principal irregularidad la carencia de documento de garantía y cuando la incorporan, se observa la carencia de datos sustanciales tales como la identificación del garante y su dirección, así como deficiencias en el etiquetado del producto, tales como no figurar el domicilio del responsable del producto (fabricante o importador) en España o en la Unión Europea.

Respecto a los establecimientos que prestan el servicio de reparación, también se ha observado mejoría respecto a los datos obtenidos en el año 2001, si bien sigue habiendo problemas que se han de subsanar respecto a resguardo de depósitos y la leyenda obligatoria de información al público.

### • Comercio electrónico

Esta Campaña se ha desarrollado por la Comunidad de Madrid, con la colaboración con 18 municipios.

Los objetivos de esta Campaña fueron:

- **Verificar el cumplimiento de la normativa aplicable (Ley 7/1996) en lo relativo a ventas a distancia.**
- **Obtener información completa y adecuada sobre los productos y servicios ofertados de esta manera y su relación con los derechos de los consumidores.**

Se han visitado 154 páginas WEB, de ofertas comerciales de prestaciones lícitas en español y preferentemente de razón social española y se han comprobado 221 productos.

Se han detectado falta de información sobre el derecho al desistimiento, falta de datos sobre los responsables de los productos y carencia de información en precio de transportes y pagos aplazados. Las compras carecían de documento de desistimiento en algunos casos.

Siendo el segundo año consecutivo que se realiza la Campaña, los datos obtenidos en su conjunto no son excesivamente satisfactorios y deberían mejorarse en tres aspectos sustanciales como son la correcta identificación del proveedor, clarificación del precio, en especial en lo relativo al transporte y for-

ma de pago cuando es aplazado e informar siempre al público en la propia página WEB del derecho de desistimiento, si bien estas precauciones son válidas para páginas WEB españolas por lo que sería necesario informar al público sobre los riesgos que comporta la compra en páginas WEB extranjeras dada la dificultad para reclamar.

Vistos los resultados, se considera preciso volver a realizar esta Campaña en el año 2004 ó 2005, aunque se dará un nuevo enfoque toda vez que ya se ha publicado la nueva normativa que va a regular el sector.

### • Compra-venta de vivienda

La vivienda constituye un bien de primera necesidad, de uso ordinario y generalizado, que exige de las Administraciones Públicas un control exhaustivo y periódico acerca del cumplimiento de las regulaciones específicas para este Sector. La adquisición de una vivienda sigue siendo objeto de frecuentes reclamaciones y denuncias, por lo que se ha llevado a cabo una campaña abierta a lo largo de todo el año.

Los objetivos fueron controlar y verificar el cumplimiento que regula la información obligatoria en la compraventa de vivienda y detectar incumplimientos contractuales y de aseguramiento de cantidades.

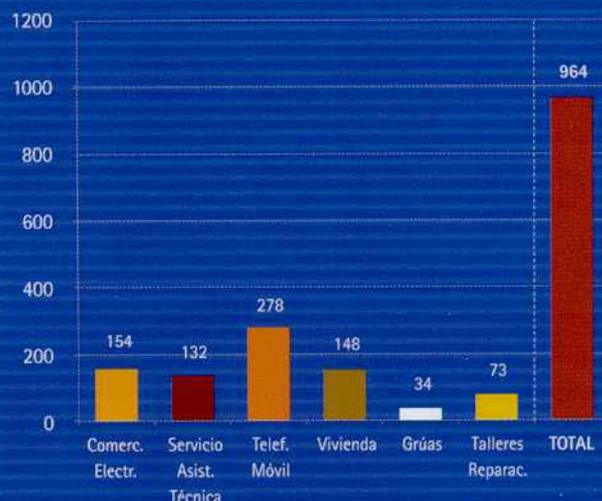
La Campaña se ha llevado a cabo durante todo el año 2002, en todo el territorio de la Comunidad de Madrid, por los inspectores adscritos al Servicio de Inspección y Control de la Dirección General de Consumo de la Comunidad de Madrid, en colaboración con 10 Ayuntamientos.

Los resultados obtenidos pueden considerarse en general satisfactorios sobre los datos del año 2001, aunque podrían ser mejorados en diversos aspectos sobre información disponible al comprador, tales como modelo de contrato y su contenido, información del precio, que en muchos casos no incluye el IVA, y sobre todo la información a facilitar en caso de aplazamiento de pago o cuando se prevé la subrogación en operación de crédito y sobre los avales de las cantidades percibidas a cuenta del precio cuando la vivienda está en construcción. Así se va a incidir sobre este último aspecto en la iniciación de expedientes sancionadores por su trascendencia para los intereses económicos de los consumidores.

### ► Resumen de actuaciones

El Balance Global de las actuaciones (programadas y no programadas) efectuadas durante el año 2002 referentes a la inspección de servicios se reune en la siguiente tabla:

Figura 23 - Visitas de campaña



### BALANCE GLOBAL DE ACTUACIONES DE INSPECCIÓN DE SERVICIOS

MOTIVO	ACTUACIONES	
	VISITAS	ACTAS
• Denuncias (directas o transformadas)	628	622
• Campañas	1.783	437
<b>TOTAL</b>	<b>2.411</b>	<b>1.059</b>

## 3.3 Procedimiento sancionador

### 3.3.1 Introducción

El ejercicio de la potestad sancionadora es pieza fundamental del sistema de garantía de los derechos de los consumidores, constituyendo parte indispensable del control público sobre las actividades comerciales e industriales. Sin él, las actividades inspectoras y de solución extrajudicial de conflictos, perderían su capacidad operativa.

Cada expediente sancionador requiere tramitación individualizada, en función de la propia complejidad que su instrucción lleva aparejada, que debe caracterizarse por la garantía jurídica de los derechos afectados.

### 3.3.2 Tramitación de expedientes sancionadores

#### Iniciación de expedientes

Siguiendo las últimas tendencias, el número de expedientes iniciados ha sufrido una disminución, lo que prueba una mayor eficacia en soluciones extrajudiciales y de las sanciones preventivas que genera la actividad de control de mercado, así como las de racionalización del trabajo de inspección.

La estrategia desarrollada intenta dirigir los recursos técnicos disponibles en función de la gravedad de las infracciones, localizando la acción sancionadora sobre los temas más perjudiciales para los consumidores.

#### Motivos de actuación

Los motivos de actuación, recogen, numérica y porcentualmente, la incidencia que han tenido los diferentes medios para el ejercicio de la competencia sancionadora.

Los valores obtenidos evidencian la primacía de las denuncias, sobre todo, como prueba del acercamiento al ciudadano del área de protección al consumidor de la Comunidad de Madrid.

### 3.3.3 Resolución de expedientes

La resolución de expedientes siguió la tónica habitual de ejercicios precedentes.

En la tabla adjunta, se relacionan el número total de expedientes resueltos en el año 2002: 544. De estos 544 expedientes, 517 expedientes han sido sancionadores, 21 fueron archivados y 6 fueron suspendidos.

Asimismo, dentro de cada destino seguido por los expedientes, se ha desglosado en los años en que éstos fueron iniciados.

Así, de los 517 sancionados, 2 fueron iniciados en el año 2000, 217 fueron iniciados en el año 2001 y 298 fueron iniciados en el año 2002. De los 21 archivados, 10 fueron iniciados en el año 2001 y 11 fueron iniciados en el año 2002. De los 6 suspendidos, 2 fueron iniciados en el año 2000, 4 en el 2001 y ninguno en el año 2002.

EXPEDIENTES INCOADOS POR ACTUACIÓN

ACTUACIÓN	EXPEDIENTES	%
• Denuncia	445	82,57
• Campañas de inspección	62	11,50
• Inhibiciones de Otras Administ.	2	0,37
• Oficio	25	4,64
• Comunicaciones de Otras Administ.	5	0,92
<b>TOTAL</b>	<b>539</b>	<b>100</b>

EXPEDIENTES INCOADOS POR SECTORES

SECTOR	EXPEDIENTES	%
• Bienes (exclusión de vivienda)	109	20,22
• Servicios	161	29,88
• Vivienda	141	26,16
• Alimentación/Fraude	35	6,49
• Reformas del hogar	62	11,50
• Suministros	31	5,75
<b>TOTAL</b>	<b>539</b>	<b>100</b>

EXPEDIENTES RESUELTOS

TRATAMIENTO/AÑO	EXPEDIENTES
• Sancionados	
Año 2000 .....	2
Año 2001 .....	217
Año 2002 .....	298
<b>Total .....</b>	<b>517</b>
• Archivados .....	
Año 2000 .....	0
Año 2001 .....	10
Año 2002 .....	11
<b>Total .....</b>	<b>21</b>
• Suspendidos .....	
Año 2000 .....	2
Año 2001 .....	4
Año 2002 .....	0
<b>Total .....</b>	<b>6</b>
<b>TOTAL</b>	<b>544</b>

EXPEDIENTES SANCIONADOS (SECTORES)

SECTOR/AÑO	EXPEDIENTES	CUANTÍA €
<b>• Bienes (exclusión de vivienda)</b>		
Año 2000 .....	0	
Año 2001 .....	45	344.875,02
Año 2002 .....	56	149.221,13
<b>TOTAL</b>	<b>101</b>	<b>494.096,15</b>
<b>• Servicios</b>		
Año 2000 .....	1	240,40
Año 2001 .....	41	75.571,99
Año 2002 .....	96	302.692,42
<b>TOTAL</b>	<b>138</b>	<b>378.504,81</b>
<b>• Alimentación</b>		
Año 2000 .....	0	
Año 2001 .....	19	26.835,21
Año 2002 .....	21	40.058,00
<b>TOTAL</b>	<b>40</b>	<b>66.893,21</b>
<b>• Reformas del hogar</b>		
Año 2000 .....	0	
Año 2001 .....	21	99.347,28
Año 2002 .....	36	85.657,81
<b>TOTAL</b>	<b>57</b>	<b>185.005,09</b>
<b>• Suministros</b>		
Año 2000 .....	0	
Año 2001 .....	19	36.331,22
Año 2002 .....	15	80.240,07
<b>TOTAL</b>	<b>34</b>	<b>116.571,29</b>
<b>• Vivienda</b>		
Año 2000 .....	0	
Año 2001 .....	73	934.203,08
Año 2002 .....	74	815.265,13
<b>TOTAL</b>	<b>147</b>	<b>1.749.468,21</b>
<b>TOTAL</b>	<b>517</b>	<b>2.990.538,76</b>

EXPEDIENTES SANCIONADOS  
POR ACTUACIÓN

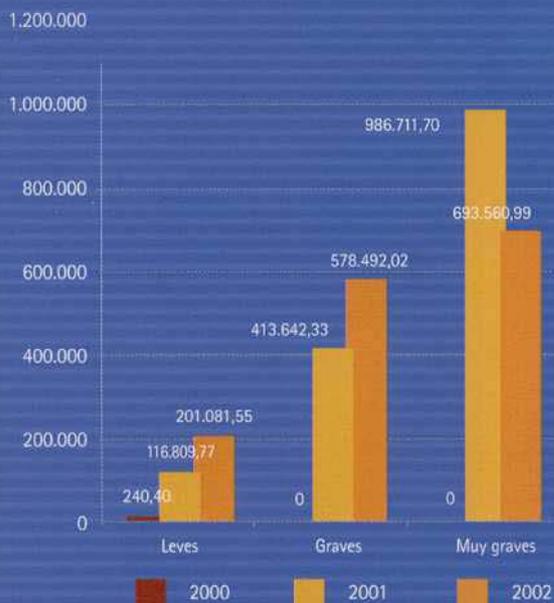
ACTUACIÓN/AÑO	EXPEDIENTES	CUANTÍA (€)
<b>• Denuncia</b>		
Año 2000 .....	0	-
Año 2001 .....	169	1.393.154,73
Año 2002 .....	242	1.247.911,01
<b>TOTAL</b>	<b>411</b>	<b>2.641.065,74</b>
<b>• Programas/Campañas</b>		
Año 2000 .....	1	240,40
Año 2001 .....	36	27.246,10
Año 2002 .....	40	107.770,21
<b>TOTAL</b>	<b>77</b>	<b>135.256,71</b>
<b>• Oficio</b>		
Año 2000 .....	0	-
Año 2001 .....	10	80.084,90
Año 2002 .....	10	86.806,07
<b>TOTAL</b>	<b>20</b>	<b>166.890,94</b>
<b>• Inhibiciones</b>		
Año 2000 .....	0	-
Año 2001 .....	0	-
Año 2002 .....	2	11.268,00
<b>TOTAL</b>	<b>2</b>	<b>11.268,00</b>
<b>• Comunicaciones</b>		
Año 2000 .....	0	-
Año 2001 .....	1	5.709,61
Año 2002 .....	3	19.379,30
<b>TOTAL</b>	<b>4</b>	<b>25.088,91</b>
<b>• Análisis</b>		
Año 2000 .....	0	-
Año 2001 .....	3	10.968,46
Año 2002 .....	0	-
<b>TOTAL</b>	<b>3</b>	<b>10.968,46</b>

EXPEDIENTES RESUELTOS  
POR CALIFICACIÓN DE LAS INFRACCIONES

CALIFICACIÓN/AÑO	EXPEDIENTES	CUANTÍA (€)
<b>• Leves</b>		
Año 2000 .....	2	240,40
Año 2001 .....	126	116.809,77
Año 2002 .....	177	201.081,55
<b>TOTAL</b>	<b>305</b>	<b>318.131,72</b>
<b>• Graves</b>		
Año 2000 .....	0	-
Año 2001 .....	67	413.642,33
Año 2002 .....	101	578.492,02
<b>TOTAL</b>	<b>168</b>	<b>992.134,35</b>
<b>• Muy graves</b>		
Año 2000 .....	0	-
Año 2001 .....	24	986.711,70
Año 2002 .....	20	693.560,99
<b>TOTAL</b>	<b>44</b>	<b>1.680.272,69</b>
<b>TOTAL</b>	<b>517</b>	<b>2.990.538,76</b>

72

Figura 24 - Sanciones impuestas por calificación de las infracciones (€)



SANCIÓN MEDIA POR SECTORES

SECTOR	CUANTÍA (€)
• Bienes (exclusión de vivienda)	4.892,05
• Servicios	2.742,79
• Vivienda	11.901,15
• Alimentación/Fraude	1.672,34
• Reformas del hogar	3.245,70
• Suministros	3.428,57
<b>TOTAL</b>	<b>27.882,60</b>

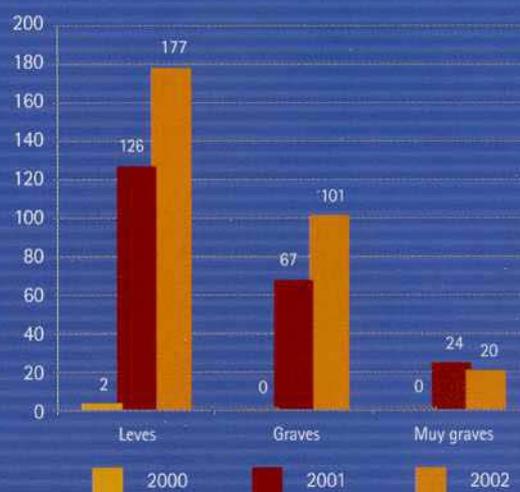
### 3.3.4 Tramitación de recursos

#### Recursos administrativos

Los recursos se dividen en dos grandes bloques, según la resolución recurrida y el momento de su interposición:

- **Recursos contra Resoluciones Sancionadoras**  
Alzada, reposición, reposición contra notificación, revisión y contencioso administrativo.
- **Recursos relativos a la vía Ejecutiva (vía de apremio)**  
Reposición contra Providencia de Apremio y reclamación económico-administrativa.

Figura 25 - Número de expedientes resueltos por calificación de las infracciones



#### RECURSOS INTERPUESTOS EN 2002

TIPO DE RECURSO	RECIBIDOS	RESUELTOS	PENDIENTES
• Alzada	223	159	64
• Reposición	29	26	3
• Reposición contra notificación	10	7	3
• Contencioso-administrativo	117	64	53
• Providencia de apremio	8	5	3
• Reposición económico-administrativa	2	2	0
<b>TOTAL</b>	<b>389</b>	<b>263</b>	<b>126</b>

## Resolución de recursos

En la Tabla adjunta, se detalla la resolución de cada uno de los recursos interpuestos. Hay que destacar la importancia de los recursos contencioso-administrativos, puesto que establecen desde el punto de vista doctrinal, argumentos y valoraciones específicas que sirven de referencia como criterio general de interpretación ante los mismos hechos o similares. Además, estos recursos cuando son favorables, suponen una validación jurídica del ejercicio de la potestad sancionadora.

Los recursos relativos a la vía ejecutiva han tenido una disminución por la mejora en la eficacia del procedimiento de notificación, al regularse el trámite de doble intento, lo que ha obligado a elaborar un documento específico de notificación para su remisión a Correos donde se concretan los dos intentos previstos en la norma.

### RECURSOS RESUELTOS EN 2002

TIPO DE RECURSO	DESESTIMADOS	ESTIM. PARCIAL	ESTIM. TOTAL	INADMISIBLES	ARCHIVO	DESISTIDO	TOTAL
• Alzada	213	6	5	30	-	2	256
• Reposición	22	-	3	4	-	2	31
• Reposic. notificación pago	-	-	2	-	-	5	7
• Contencioso-administrativo	83	22	14	7	3	21	150
• Recurso de apremio	5	1	1	1	-	-	8
• Reclamación económico-administrativa	3	-	1	1	-	-	5
<b>TOTAL</b>	<b>326</b>	<b>29</b>	<b>26</b>	<b>43</b>	<b>3</b>	<b>30</b>	<b>457</b>

### 3.3.5 Gestión de ingresos

La Dirección General de Consumo, como centro gestor de ingresos, aunque sólo de los derivados por sanciones, realiza los trámites ligados derivados de las acciones sancionadoras: notificación de pago, inicio de la vía de apremio, control de ingresos en periodo voluntario y en vía de apremio, fraccionamiento de deuda, suspensión de la ejecución, devolución de ingresos indebidos y prescripción de las sanciones.

La recaudación en periodo voluntario durante el ejercicio 2002 ha sido de 1.285.312,57 euros, y el número total de expedientes que han dado lugar a ingresos ha sido de 389 expedientes.

## 4. Balance General

### BALANCE GENERAL INSPECCIÓN Y CONTROL DEL MERCADO

INSPECCIÓN Y CONTROL DE MERCADO	TOTAL
• Denuncias y reclamaciones transformadas recibidas	2.393
• Denuncias y reclamaciones transformadas tramitadas	2.272
• Denuncias y reclamaciones transformadas resueltas	1.879
• Otras actuaciones no programadas (excluyendo seg. productos)	1.139
• Progr. de inspección y control internacionales	1
• Progr. de inspección y control nacionales	9
• Programas regionales conjuntos (4 cerrados y 3 abiertos)	7
• Programas regionales (20 cerrados)	20
• Visitas (2.019 por OMICS)	3.677
• Actas de inspección tramitadas (499 por OMICS)	1.667
• Actas de inspección por denuncias	756
• Muestras tomadas	1.104
• Muestras tomadas por denuncias	59
• Informes de control (768 por denuncias)	6.502
• Productos controlados	7.266
• Asuntos de seguridad tratados	166
• Redes de alerta generadas	49
• Mercancías retiradas	60.788
• Expedientes iniciados	539
• Expedientes iniciados por denuncia	445
• Expedientes iniciados por iniciativas propias	94
• Expedientes resueltos	544
• Expedientes sancionados por denuncia	411
• Expedientes sancionados iniciativas propias	106
Cuantía sanciones (€)	2.990.538,76
Cuantía por reclamaciones (€)	2.641.065,74
Cuantía por iniciativas propias (€)	349.473,02
• Expedientes recurridos administrativamente	389
Recursos administrativos resueltos	457
Desestimados o no aceptados	326
Estimados (29 parcialmente)	55
Contenciosos administrativos enviados	117
Contenciosos administrativos resueltos	150
Contenciosos desestimado o no aceptados	83
Estimados (22 parcialmente)	36
Ingresos voluntarios por sanción (389 casos) (€)	1.285.312

585

75

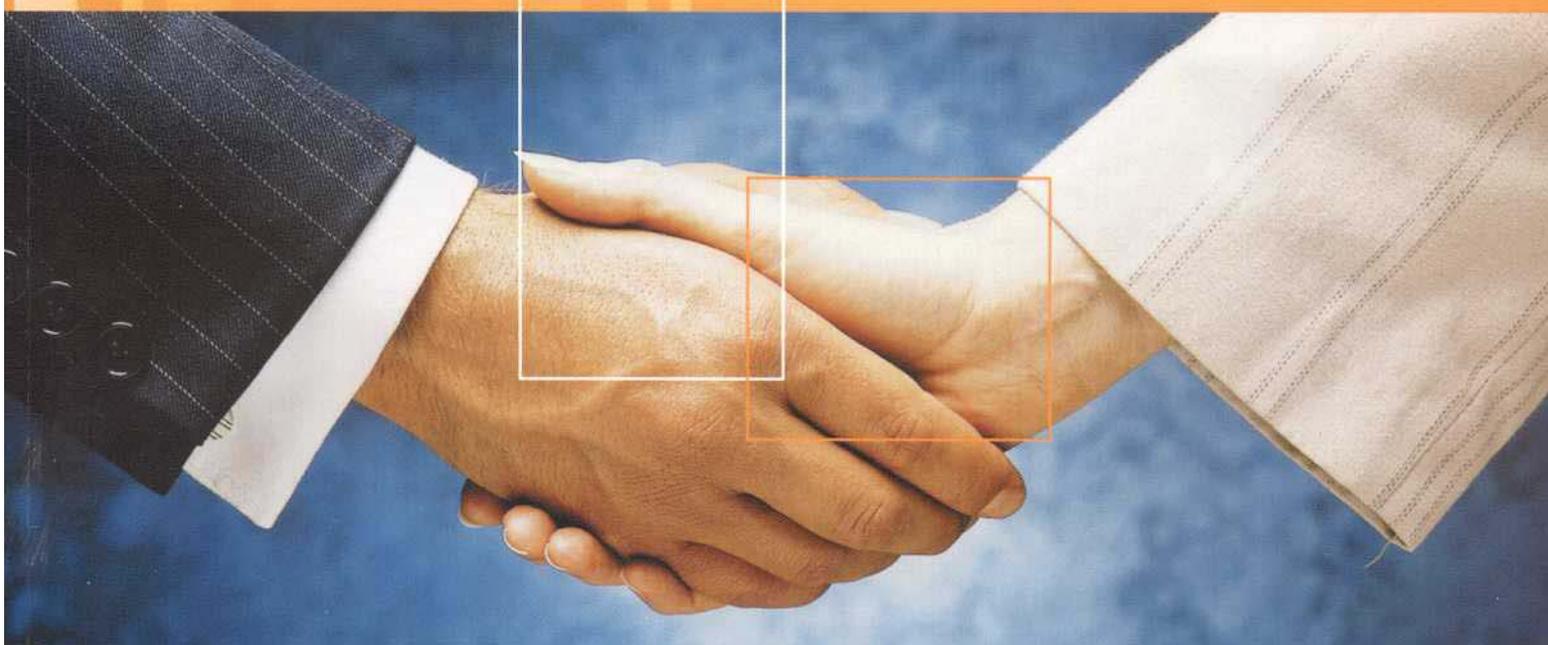


**Comunidad de Madrid**

CONSEJERÍA DE ECONOMÍA E INNOVACIÓN TECNOLÓGICA

Instituto Regional de Arbitraje de Consumo

# Arbitraje de Consumo 2002



Memoria de actividades



**Madrid** innova

# Instituto Regional de Arbitraje de Consumo 2002



*“El Arbitraje de Consumo es un procedimiento cuasijudicial, de carácter voluntario y gratuito, para la resolución de los conflictos surgidos entre consumidores y empresas o profesionales, relacionados con los bienes o los servicios adquiridos o contratados en el mercado. El procedimiento finaliza con la emisión de un laudo que tiene las mismas características que una sentencia judicial y que decide la controversia con carácter ejecutivo e, incluso, indemnizatorio; con las ventajas de su agilidad y su carácter irrecurrible en cuanto al fondo del asunto”.*

memoria de actividades



Instituto Regional de Arbitraje de Consumo  
CONSEJERÍA DE ECONOMÍA  
E INNOVACIÓN TECNOLÓGICA

**Comunidad de Madrid**



**Madrid innova**



**Instituto Regional de Arbitraje de Consumo (IRAC)**

**Memoria de actividades 2002**

Dirección General de Consumo  
Consejería de Economía e Innovación Tecnológica  
COMUNIDAD DE MADRID

Dep. Legal: M-22.733 - 2003

Diseño: BLOCK, C.I.

Impresión: Marco Gráfico

**C**onstituye para mí una gran satisfacción presentar, por primera vez, la Memoria Anual de Actividades del Instituto Regional de Arbitraje de Consumo, organismo que durante el año 2002, su primer año de funcionamiento, ha modernizado y agilizado la gestión del Sistema Arbitral de Consumo, incentivando su promoción y la coordinación administrativa del mismo en la Comunidad de Madrid.

El Arbitraje de Consumo es un procedimiento cuasijudicial, de carácter voluntario y gratuito, para la resolución de los conflictos surgidos entre consumidores y empresas o profesionales, relacionados con los bienes o los servicios adquiridos o contratados en el mercado.

El procedimiento finaliza con la emisión de un laudo que tiene las mismas características que una sentencia judicial y que decide la controversia con carácter ejecutivo e, incluso, indemnizatorio, con las ventajas de su agilidad y su carácter irrecurrible en cuanto al fondo del asunto.

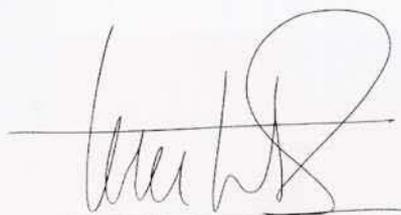
La participación de las organizaciones de consumidores y de las organizaciones empresariales como miembros del Colegio Arbitral que dicta el laudo resolutorio del conflicto, dota de imparcialidad y equidad al procedimiento arbitral.

A través de la creación del Instituto Regional de Arbitraje de Consumo, una apuesta pionera en el ámbito autonómico, la Comunidad de Madrid ha reforzado la gestión del arbitraje de consumo, iniciando el funcionamiento simultáneo de un segundo colegio arbitral en el seno de la Junta Regional de Arbitraje de Consumo y creando un tercer colegio arbitral especializado en Telecomunicaciones, lo que ha conllevado importantes reducciones de los plazos procedimentales.

Se ha avanzado en la descentralización de la gestión del arbitraje, financiando la creación de nuevas Juntas Arbitrales y Colegios Territoriales en nuestra Comunidad, así como en la incorporación de las nuevas tecnologías, con el fin de aproximar el sistema a los ciudadanos y facilitar su utilización.

Se ha desarrollado durante este año una importante labor de promoción del arbitraje de consumo, mediante actuaciones y campañas con el fin de que el empresario y el ciudadano conozcan el sistema, obteniendo como resultado la adhesión en el año 2002 de 3.218 nuevas empresas madrileñas al Sistema Arbitral de Consumo. Con estas adhesiones, 7.553 empresas y profesionales de la Comunidad de Madrid, han optado por un plus de excelencia y calidad en sus relaciones comerciales, comprometiéndose a someter al arbitraje de consumo los posibles conflictos con sus consumidores.

El importante incremento de actividad del arbitraje de consumo que ponen de manifiesto los datos recogidos en esta Memoria, demuestran su eficacia y la aceptación cada vez más generalizada por parte de los consumidores y de los empresarios madrileños. Esta realidad nos exige seguir avanzando en la necesidad de consolidar y de difundir el arbitraje de consumo como instrumento más adecuado para la eficaz protección de los derechos de los consumidores.



Mª Teresa Cuadrado Díez  
Gerente del Instituto Regional  
de Arbitraje de Consumo

# Índice General

---

1 -	Introducción .....	7
2 -	Junta Arbitral Regional de Consumo .....	9
2.1 -	Solicitudes recibidas .....	10
2.2 -	Solicitudes tramitadas .....	14
3 -	Fomento y Promoción del Sistema Arbitral .....	23
3.1 -	Campaña Publicitaria .....	23
3.2 -	Campaña de adhesión al Sistema Arbitral de Consumo .....	24
3.3 -	Aparición en prensa .....	24
3.4 -	Participación en eventos .....	25
4 -	Estudios, Trabajos y Publicaciones en materia de Arbitraje de Consumo .....	26
5 -	Convenios suscritos con los sectores empresariales y las Asociaciones de Consumidores .....	27
5.1 -	Con Asociaciones de Consumidores .....	27
5.2 -	Con Asociaciones Empresariales .....	28
6 -	Creación de Colegios Arbitrales especializados ...	31
6.1 -	Colegio Arbitral de Telecomunicaciones .....	31
6.2 -	Otros Colegios Arbitrales .....	33
7 -	Actividades en materia de Formación y Educación .....	35
7.1 -	Talleres de Arbitraje de Consumo .....	35
8 -	Otras actividades .....	36
8.1 -	Consejo de Administración .....	36
8.2 -	Consejo Asesor .....	36
9 -	Conclusiones .....	37



# 1. Introducción

---



**E**l Instituto Regional de Arbitraje de Consumo (IRAC), creado mediante decreto 246/2001, de 18 de octubre como organismo autónomo sin personalidad jurídica, inició su andadura en el tercer trimestre de 2001, de modo que en el año 2002 se ha desvinculado definitivamente del Servicio de Orientación al Consumidor de la Dirección General de Consumo, y por tanto es la primera vez que los datos de su actividad se exponen separadamente.

Además del apoyo y tutela a la Junta Arbitral Regional de Consumo, el Instituto tiene encomendadas otra serie de funciones entre las que cabe destacar las siguientes:

- ▶▶ **Fomento y promoción del Sistema Arbitral de Consumo** entre empresarios, profesionales y consumidores.
- ▶▶ **Promoción de la realización de estudios, trabajos y publicaciones** en materia de arbitraje de consumo.
- ▶▶ **Formación de los miembros de las distintas juntas y colegios arbitrales** de la Comunidad de Madrid.
- ▶▶ **Firma de convenios, acuerdos u otros instrumentos** para favorecer la participación de los sectores empresariales y asociaciones de consumidores de los colegios arbitrales.
- ▶▶ **Impulso y desarrollo del Sistema Arbitral de Consumo** en el ámbito local.
- ▶▶ **Creación de colegios arbitrales especializados** en sectores concretos.

En las páginas siguientes expondremos detalladamente las actividades realizadas para el cumplimiento de las funciones encomendadas al instituto, teniendo siempre en cuenta que las dificultades de todo tipo que conlleva la puesta en marcha de un nuevo organismo impiden que el funcionamiento del mismo sea el óptimo y deseable, a pesar de lo cual, y a la vista de los datos que a continuación se expondrán, puede decirse que el Instituto Regional de Arbitraje de Consumo, en su primer año de andadura, ha satisfecho en general las expectativas que motivaron su creación.

En primer término pasaremos a analizar los resultados de la Junta Arbitral Regional de Consumo. A continuación se ofrecerán datos acerca de las nuevas adhesiones a la Junta Arbitral, dentro de la labor de fomento y promoción del Sistema Arbitral entre consumidores, empresarios y profesionales. Posteriormente se ofrecerán datos sobre las publicaciones realizadas en la materia, así como los convenios y acuerdos firmados, para terminar con la información sobre creación de Colegios Arbitrales en sectores concretos, así como otras actividades realizadas por el Instituto en el período al que nos estamos refiriendo.

# Instituto Regional de Arbitraje de Consumo

---

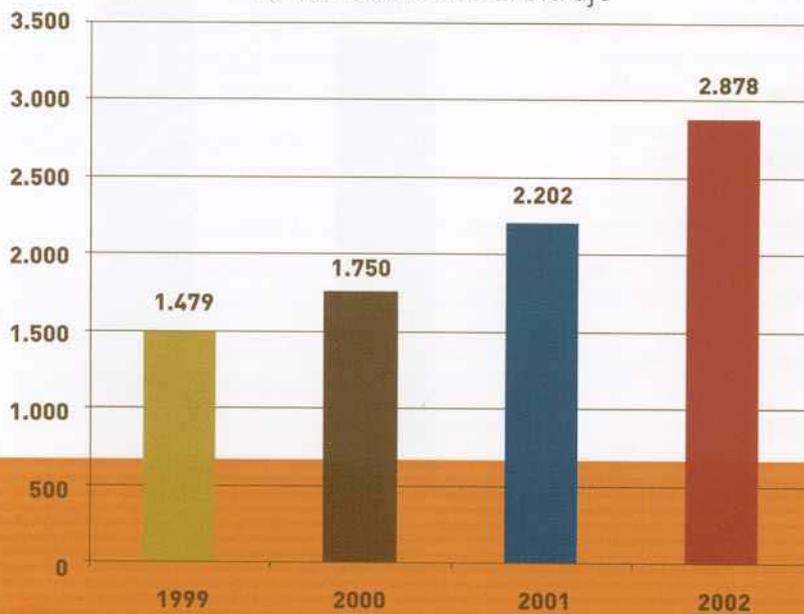


## 2. Junta Arbitral Regional de Consumo

Desde su creación en el año 1.993, la Junta Arbitral Regional de Consumo ha venido incrementado incesantemente su actividad, debido a que el número de adhesiones y, sobre todo, de solicitudes, crece año tras año sin parar.



Figura 1 - Evolución del número de solicitudes de arbitraje



## 2.1 Solicitudes recibidas

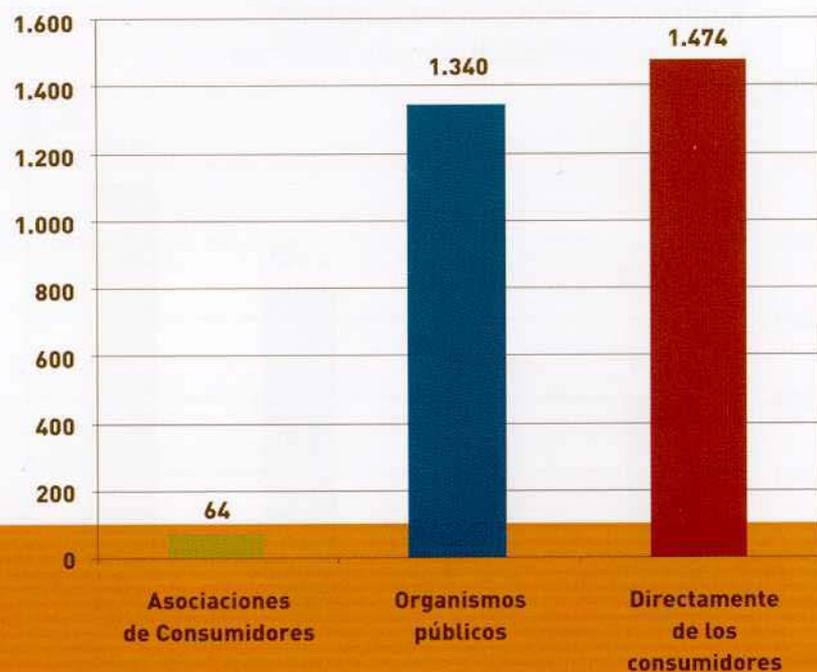
Durante el año 2002 se recibieron un total de **2.878** solicitudes de arbitraje, lo que supone un incremento del 30,6% respecto del año anterior.

### 2.1.1 Origen de las solicitudes

Respecto del **ORIGEN** de las solicitudes tenemos:

• Alimentación	13
• Bienes	214
• Servicios	705
• Suministros	1.734
• Reformas de hogar	64
• Vivienda	148

Figura 2 - Origen de las solicitudes de arbitraje



## 2.1.2 Solicitudes recibidas por sectores

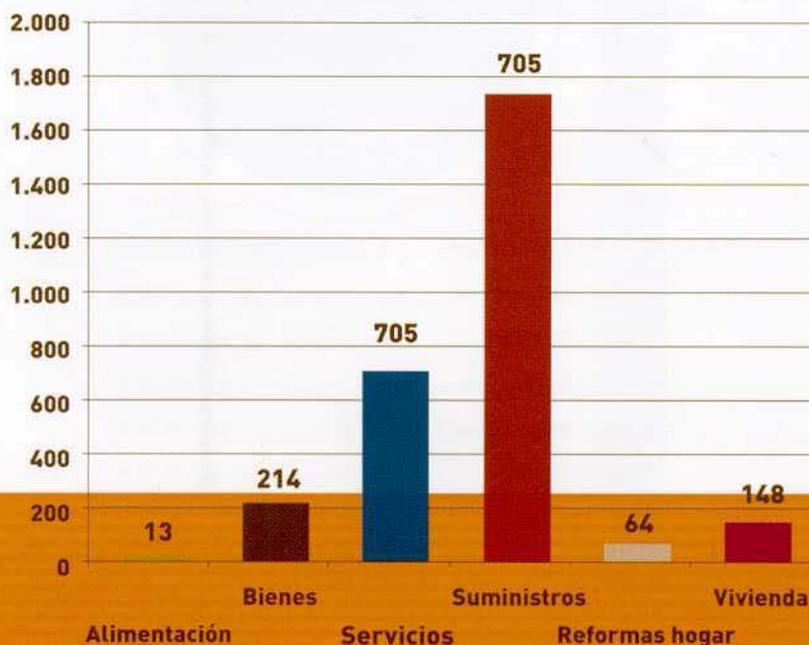
Por sectores los datos son los siguientes:

• Alimentación	13
• Bienes	214
• Servicios	705
• Suministros	1.734
• Reformas de hogar	64
• Vivienda	148

Lo que nos indica que el sector **SUMINISTROS** es el que más solicitudes de arbitraje ha recibido (**un 60,2% del total**), seguido del servicios (**un 24,4%**) y del de bienes (**un 7,4%**).

A su vez, dentro del sector **suministros**, el mayor número de solicitudes de arbitraje se concentra en el ámbito de las **telecomunicaciones** con **1.635 solicitudes** (un 94,2% del total del sector y un 56,8% del total de solicitudes).

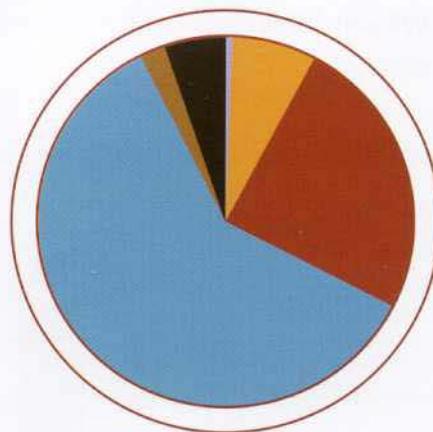
**Figura 3 -** Solicitudes de arbitraje recibidas por sectores



En cuanto al sector **SERVICIOS** el mayor número de solicitudes corresponde a las **tintorerías** con **211 solicitudes** (un 29,2% del total del sector y un 7,3% del total de solicitudes), seguido de la **enseñanza** con **182 solicitudes** (un 25,8% del total del sector y un 6,3 del total de solicitudes) y ya más alejado de los **talleres de reparación de automóviles** con **65 solicitudes** (un 9,2% del total del sector y un 2,2% del total de solicitudes).

Por último dentro de sector **BIENES** el mayor número de solicitudes se lo llevan los **electrodomésticos** con **53 solicitudes** (un 24,7% del total del sector y un 1,8% del total de solicitudes), seguido de los **automóviles** con **50 solicitudes** (un 23,3% del total del sector y un 1,7% del total de solicitudes) y de los **muebles** con **37 solicitudes** (un 17,2% del total del sector y un 1,25% del total de solicitudes).

**Figura 4 - Total de solicitudes por sector (%)**



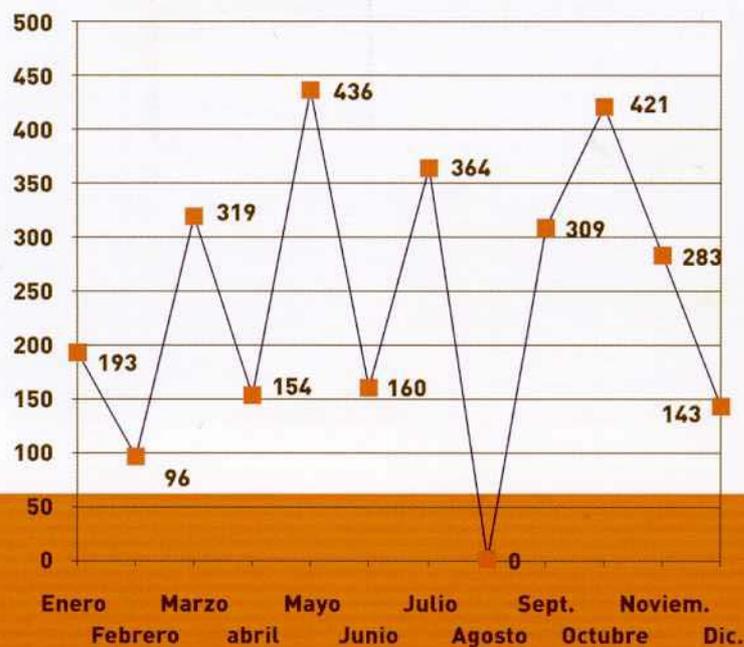
Alimentación	0,45 %
Bienes	7,40 %
Servicios	24,40 %
Suministros	60,20 %
Reformas del hogar	2,20 %
Vivienda	5,10 %

## 2.1.1 Solicitudes recibidas por meses

Por **MESES** los datos son los siguientes:

• Enero	193
• Febrero	96
• Marzo	319
• Abril	154
• Mayo	436
• Junio	160
• Julio	364
• Agosto	0
• Septiembre	309
• Octubre	421
• Noviembre	283
• Diciembre	143
• <b>TOTAL</b>	<b>2.878</b>

**Figura 5 -** Entrada de solicitudes de arbitraje por meses



## 2.2 Solicitudes tramitadas

A lo largo del año 2002 se tramitaron un total de **3.878** solicitudes de arbitraje, cifra esta que corresponde a la suma de las 2.878 nuevas solicitudes recibidas en 2002 y 1.000 solicitudes que quedaron pendientes del año 2001.

En el cuadro que figura a continuación se especifican detalladamente los **SECTORES** en los que se encuadran dichas solicitudes.

### SOLICITUDES DE ARBITRAJE (POR SECTORES) TRAMITADAS DURANTE 2002 INCORPORA LAS 2.878 SOLICITUDES CON ENTRADA EN 2002 Y LAS 1.000 PENDIENTES DEL AÑO 2001

CÓDIGO	SECTOR	NÚMERO	% S/SECTOR	% S/TOTAL
<b>ALIMENTACIÓN</b>				
124	Grandes superficies	14	93,33	0,36
199	Varios	1	6,67	0,03
<b>Total Alimentación</b>		<b>15</b>	<b>100</b>	<b>0,39</b>
<b>BIENES</b>				
201	Animales y plantas	5	1,82	0,13
202	Automóvil nuevo	50	18,18	1,29
203	Automóvil usado	14	5,09	0,36
204	Bienes comunes	3	1,09	0,08
205	Calzados	8	2,91	0,21
207	Electrodom. gama blanca	31	11,27	0,80
208	Electrodom. gama marrón	10	3,64	0,26
209	Electrodomésticos/Otros	22	8,00	0,57

Continúa en la página siguiente

CÓDIGO	SECTOR	NÚMERO	% S/SECTOR	% S/TOTAL
212	Joyería/ Relojería	10	3,64	0,26
213	Juguetes	1	0,36	0,03
214	Muebles	49	17,82	1,26
215	Informática	16	5,82	0,41
217	Peletería	1	0,36	0,03
218	Textil	29	10,55	0,75
299	Varios	26	9,45	0,67
<b>Total Bienes</b>		<b>275</b>	<b>100</b>	<b>7,11</b>
SERVICIOS				
301	Agencias de viajes	28	2,76	0,72
302	Alojamientos turísticos	11	1,08	0,28
303	Bancos	5	0,49	0,13
304	Bares/Cafeterías y Restaur.	3	0,30	0,08
305	Correos y Telégrafos	28	2,76	0,72
307	Enseñanza no reglada	175	17,26	4,51
308	Enseñanza a distancia	70	6,90	1,81
309	Enseñanza en el extranjero	4	0,39	0,10
310	Entidades financieras	3	0,30	0,08
311	Gasolineras	18	1,78	0,46
314	Instaladores de gas	9	0,89	0,23
315	Mudanzas	12	1,18	0,31
316	Ópticas	2	0,20	0,05
320	Sanidad privada	4	0,39	0,10
321	S.A.T.	76	7,50	1,96
322	Seguros de vehículos	14	1,38	0,36
323	Seguros multiriesgo hogar	13	1,28	0,34
324	Seguros sanitarios	4	0,39	0,10
325	Seguros/Otros	3	0,30	0,08
326	Taller reparación autom.	110	10,85	2,84

Continúa en la página siguiente

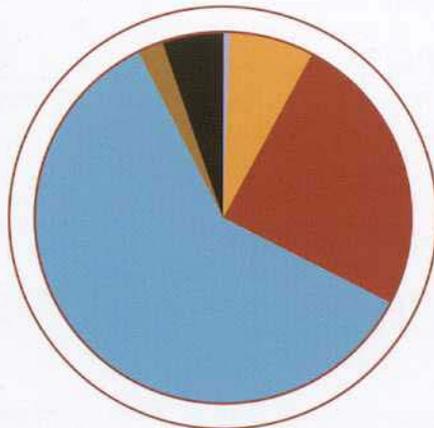
CÓDIGO	SECTOR	NÚMERO	% S/SECTOR	% S/TOTAL
327	Taller rep. otros bienes	2	0,20	0,05
328	Tintorerías	319	31,46	8,23
329	Transporte de viajeros	18	1,78	0,46
330	Transporte de mercancías	6	0,59	0,15
331	Venta por correo	4	0,39	0,10
333	Otros sistemas de venta	11	1,08	0,28
399	Varios	62	6,11	1,60
<b>Total Servicios</b>		<b>1.014</b>	<b>100</b>	<b>26,13</b>
SUMINISTROS				
401	Compañías sumin. agua	32	1,40	0,83
402	Compañías eléctricas	10	0,44	0,26
403	Gas butano	5	0,22	0,13
404	Gas canalizado	31	1,36	0,80
405	Telecomunicaciones	2.168	95,17	55,91
499	Varios	32	1,40	0,83
<b>Total Suministros</b>		<b>2.278</b>	<b>100</b>	<b>58,76</b>
REFORMAS DEL HOGAR				
501	Albañilería	29	29,29	0,75
502	Fontaneros	12	12,12	0,31
503	Calefacción	4	4,04	0,10
504	Carpintería madera	14	14,14	0,36
505	Carpintería metálica	3	3,03	0,08
506	Electricistas	5	5,05	0,13
507	Pintores	1	1,01	0,03
508	Reforma integral	20	20,20	0,52
599	Varios	11	11,11	0,28
<b>Total Reformas del hogar</b>		<b>99</b>	<b>100</b>	<b>2,56</b>

Continúa en la página siguiente

CÓDIGO	SECTOR	NÚMERO	% S/SECTOR	% S/TOTAL
<b>VIVIENDA</b>				
601	Arrendamientos	5	2,54	0,13
602	Compra vivienda	157	79,70	4,05
603	Comun. de propietarios	7	3,55	0,18
604	Apis/Intermediarios	16	8,12	0,41
605	Cooperativas/Comunidades	3	1,52	0,08
606	Multipropiedad	4	2,03	0,10
607	V.P.O.	1	0,51	0,03
699	Varios	4	2,03	0,10
<b>Total Vivienda</b>		<b>197</b>	<b>100</b>	<b>5,08</b>
<b>TOTAL SECTORES</b>		<b>3.878</b>		

Estos datos los podemos ver representados en el siguiente gráfico:

**Figura 6 - Total de reclamaciones por sectores**



Alimentación	0,39%
Bienes	7,09%
Servicios	26,15%
Suministros	58,74%
Reformas del hogar	2,55%
Vivienda	5,08%



Los **MOTIVOS** de las solicitudes se pueden agrupar de la siguiente forma:

» Relativos a la  
**fabricación/presentación del servicio: 1.158**

De estas, el principal motivo de reclamación es por **servicio defectuoso**, con **594 solicitudes** (un 51% de su grupo y un 15% del total de solicitudes), seguido de **venta de objeto defectuoso** con **166 solicitudes** (un 14,3% de su grupo y un 4,2% del total de solicitudes) y **defectos en la construcción** con 148 solicitudes (un 12,7% de su grupo y un 3,8% del total de solicitudes) y de **reparación defectuosa** con 141 solicitudes (un 12% de su grupo y un 3,6% del total de solicitudes).

» Relativos a **incumplimiento de las condiciones de venta: 2.419**

De estas, el principal motivo de reclamación es por facturación con 20,43 solicitudes (un 84,4% de su grupo y un 52,6% del total de solicitudes), seguido por incumplimiento de contrato con 209 solicitudes (un 8,6% de su grupo y un 5,3% del total de solicitudes) y ya muy de lejos por no atención en garantía con 41 solicitudes (un 1,6% de su grupo y un 1% del total de solicitudes).

» Relativos a **precios: 33**

El principal motivo de reclamación en este grupo es el **precio abusivo**, con **18 solicitudes** (un 54,5% de su grupo y un 0,4% del total de solicitudes).

» Relativos a **cláusulas abusivas: 1**

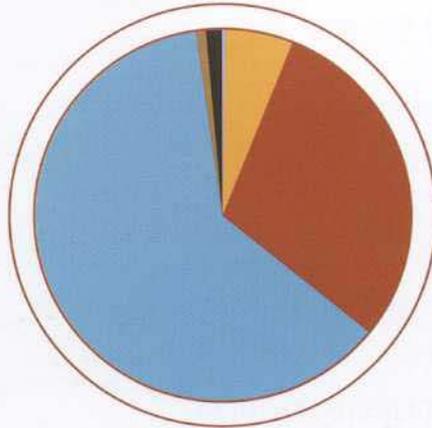
» Relativos a **publicidad engañosa: 218**

» **Varios: 49**

El principal motivo de reclamación en este grupo es por **conducta comercial irregular** con **20 solicitudes** (un 40,8% de su grupo y un 0,5% del total de solicitudes).



**Figura 7 -** Motivos de las reclamaciones



Cláusulas abusivas	1
Publicidad engañosa	218
Fabricación/prestación del servicio	1.158
Incumplimiento condiciones de venta	2.419
Precios	33
Varios	49



En cuanto al trámite seguido por las solicitudes tenemos los siguientes datos:

### 2.2.1 Solicitudes No admitidas a trámite: 65

Las causas por las que no se admiten a trámite las solicitudes de arbitraje viene determinadas por el art. 2.2 del Real Decreto 636/1993, que regula el Arbitraje de Consumo).



## 2.2.2 Solicitudes admitidas a trámite: 3.813

### » Resueltas: 2.382

#### » Trasladas: 84

• A otras Juntas Arbitrales .....	<b>9</b>
• A la Junta Arbitral del Ayuntamiento de Madrid .....	<b>17</b>
• A otros Organismos .....	<b>58</b>

#### » Archivadas por **DESISTIMIENTO**: 76

#### » Archivadas por **NO ACEPTACIÓN DEL ARBITRAJE**: 441

los sectores en los que la no aceptación del arbitraje han tenido más incidencia ha sido los siguientes:

• Viviendas .....	<b>80 (18,1%)</b>
• Teléfono .....	<b>44 (9,9%)</b>
• Reparación automóviles .....	<b>36 (8,1%)</b>

#### » Archivadas por **OTRAS CAUSAS**: 184

#### » Resueltas por **MEDIACIÓN**: 196

#### » Resueltas por **LAUDO**: 1.401

• En <b>equidad</b> .....	<b>1.392</b>
• En <b>derecho</b> .....	<b>9</b>



➔ De esos Laudos:

• Fueron <b>estimatorios, total o parcialmente</b> .....	<b>835</b>
• Fueron <b>desestimatorios</b> .....	<b>498</b>
• Fueron <b>conciliatorios</b> .....	<b>68</b>

➔ Por otra parte, del total de Laudos dictados:

• Lo fueron por <b>conciliación</b> .....	<b>68</b>
• Lo fueron por <b>unanimidad</b> .....	<b>1.290</b>
• Lo fueron por <b>mayoría</b> .....	<b>40</b>
• Hubo <b>voto dirimente del Presidente</b> .	<b>3</b>

➔ Respecto del grado de cumplimiento de los laudos:

• Lo fueron por <b>conciliación</b> .....	<b>68</b>
• Lo fueron por <b>unanimidad</b> .....	<b>1.290</b>
• Lo fueron por <b>mayoría</b> .....	<b>40</b>
• Hubo <b>voto dirimente del Presidente</b> .	<b>3</b>

En cuanto a los plazos desde la designación del Colegio Arbitral hasta la emisión del laudo tenemos lo siguiente:

- Menos de 1 mes: 1.304
- Más de 1 mes: 77
- Más de 2 meses: 4
- Más de 3 meses: 8
- Más de 4 meses: 8

➔ Respecto del grado de cumplimiento de los laudos:

• Laudos <b>incumplidos</b> .....	<b>29</b>
-----------------------------------	-----------

➔ Por último, según los datos de los que se dispone:

• Laudos <b>impugnados</b> .....	<b>7</b>
----------------------------------	----------



» En trámite: 1.431

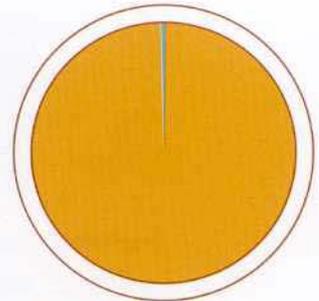
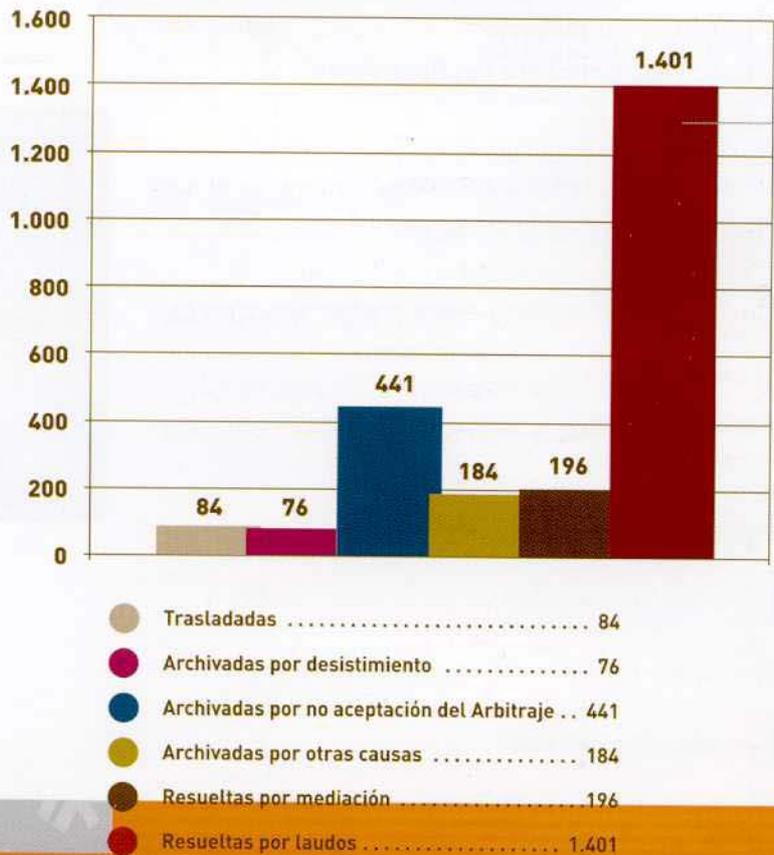
- » Pendientes de designación de Colegio Arbitral: **713**
- » Pendientes de celebración de audiencia: **57**
- » Otros trámites: **661**

» Solicitudes de peritaje: 3

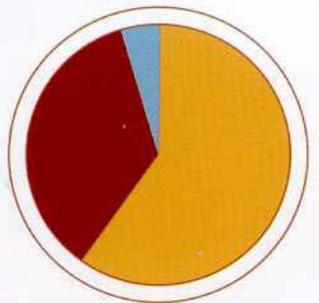
- » De oficio: **1**
- » A instancia de ambas partes: **2**

Todo esto lo podemos ver desarrollado en el siguiente cuadro:

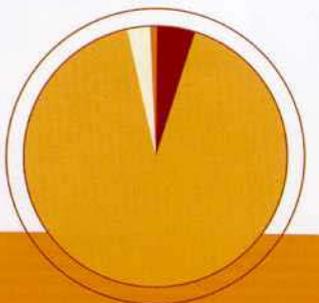
**Figura 8 - Resolución de solicitudes**



- En equidad.....1.392
- En derecho ..... 9



- Estimatorios total o parcialmente.....835
- Desestimatorios.....498
- Conciliatorios.....68



- Unanimidad.....1.290
- Conciliación.....68
- Mayoría .....40
- Voto dirimente presidente ..3

### 3. Fomento y Promoción del Sistema Arbitral

El fomento y la promoción del Sistema Arbitral de Consumo entre consumidores, empresarios y profesionales ha sido una de las mayores preocupaciones del Instituto Regional de Arbitraje de Consumo en este su primer año de andadura.

Por ello, durante el año 2002 se han llevado a cabo las siguientes actividades en esta materia:

#### 3.1 Campaña Publicitaria

Dirigida a la adhesión de empresas y profesionales al Sistema Arbitral de Consumo de la Comunidad de Madrid.

Dicha campaña se desarrolló durante el mes de octubre, constando de dos fases claramente diferenciadas:

##### ▶▶ 1ª. Diseño y creatividad

- Se imprimieron **142.000 dípticos** donde se explicaban las características del Arbitraje de Consumo, así como los beneficios para los empresarios, figurando además un impreso de compromiso de adhesión de empresas que debía remitirse, debidamente cumplimentado, al Instituto Regional de Arbitraje de Consumo.
- Asimismo se imprimieron **100 carteles** relativos al mismo tema.
- Por último, se hicieron **3 cuñas**, de 20 minutos cada una, con 12 copias para su emisión por distintas emisoras de radio.

##### ▶▶ 2ª. Ejecución y desarrollo

- Los materiales elaborados, y que se han descrito en el punto anterior, se insertaron en prensa, radio, vallas publicitarias y otros puestos informativos.



### 3.2 Campaña de adhesión al Sistema Arbitral de Consumo

Campaña personalizada de adhesión de empresas y profesionales que ofrezcan bienes y servicios a los consumidores, al Sistema Arbitral de Consumo a través de la Junta Arbitral Regional de Consumo.

La campaña estuvo basada en la realización de entrevistas personales con los responsables de establecimientos que ofrezcan bienes o servicios a los consumidores con una doble finalidad: una principal, conseguir que los establecimientos visitados se adhieran al Sistema Arbitral de Consumo a través de la Junta Arbitral Regional, y otra complementaria a la anterior y subsidiaria si la empresa o profesional no deseara adherirse, que es la de informar de forma completa, precisa y detallada de las características y ventajas del Sistema Arbitral de Consumo.

Se realizaron un total de **3.650 visitas** a establecimientos situados en la Comunidad de Madrid.

La campaña se llevó a cabo desde el 24 de septiembre hasta el 25 de noviembre de 2002.

### 3.3 Aparición en prensa

Encarte en el periódico mensual de la Cámara Oficial de Comercio e Industria de Madrid "**Comercio e Industria de Madrid**".

Se realizó un encarte en el citado periódico, en su nº 40 del mes de octubre, de la publicación "*Descubra todo lo que su empresa puede ganar*", con el fin de dar a conocer el Sistema Arbitral de Consumo, habiéndose contratado un total de 200.000 ejemplares.



### 3.4 Participación en eventos

Participación en el Tercer Salón sobre Calidad y Seguridad en la Alimentación (SEGURALIMENTARIA).

El Instituto Regional de Arbitraje de Consumo participó en el citado Salón, celebrado los días 17, 18 y 19 de octubre, con un stand donde se ofrecía información sobre el Sistema Arbitral de Consumo a fin de darlo a conocer entre los asistentes.

El RESULTADO de todas las actuaciones llevadas a cabo para el fomento de la adhesión al Sistema Arbitral de Consumo por parte del Instituto Regional de Arbitraje de Consumo es el siguiente.

- **Asociaciones empresariales adheridas en 2002** ..... 1
- **Asociaciones de consumidores adheridas en 2002** .... 1
- **Empresas y profesionales adheridos en 2002** ..... **3.218**

lo que supone que, a 31 de diciembre de 2002, los datos sobre adhesiones a la Junta Arbitral Regional de Consumo son los siguiente:

- **Asociaciones de consumidores y usuarios** ..... **13**
- **Asociaciones empresariales** ..... **75**
- **Empresas y profesionales** ..... **7.553**



## 4. Estudios, Trabajos y Publicaciones en materia de Arbitraje de Consumo

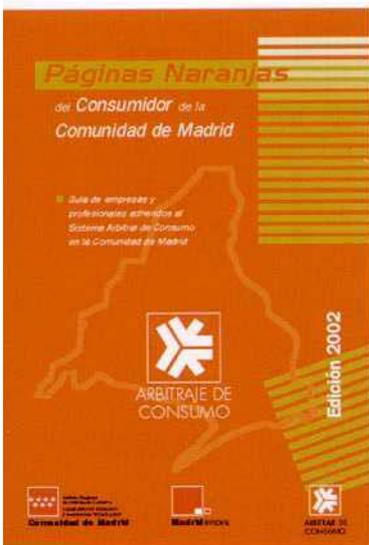
En este punto hay que destacar la publicación, durante 2002 de las **"Páginas Naranjas del Consumidor de la Comunidad de Madrid"**.

Se trata de una guía completa y actualizada de las empresas adheridas al Sistema Arbitral de Consumo de la Comunidad de Madrid, e incluyen a las empresas y profesionales que han presentado su compromiso de adhesión ante la Junta Arbitral Regional de Consumo y las Juntas Arbitrales Municipales existentes en la Comunidad de Madrid.

Con todo ello se pretende, por un lado, facilitar al consumidor la información necesaria para que, a la hora de elegir el establecimiento de compra o el profesional que va a prestarle un servicio, pueda optar por aquellos que están adheridos al Sistema Arbitral, y por otro, facilitar a los empresarios y profesionales una publicidad adicional para sus establecimientos.

Pero las Páginas Naranjas no se limitan a relacionar los establecimientos adheridos al Sistema Arbitral en la Comunidad de Madrid, sino que además informan sobre los siguientes puntos:

- ▶▶ El procedimiento a seguir para adherirse al Sistema Arbitral de Consumo.
- ▶▶ Ventajas del Sistema Arbitral de Consumo para el empresario.
- ▶▶ Cómo se desarrolla el Procedimiento Arbitral de Consumo.
- ▶▶ Teléfonos y direcciones de las Juntas Arbitrales y las Oficinas Municipales de Información al Consumidor de la Comunidad de Madrid, así como de las Asociaciones de Consumidores y Organizaciones Empresariales Adheridas.



## 5. Convenios suscritos con los sectores empresariales y las Asociaciones de Consumidores

Con el fin de favorecer la colaboración de las Organizaciones de Consumidores y Empresariales de la Comunidad de Madrid en el fomento y promoción del Sistema Arbitral, así como de garantizar la participación de las mismas en los Colegios Arbitrales de Consumo se han suscrito los siguientes Convenios:

### 5.1 Con Asociaciones de Consumidores ..... 7

- Asociación de amas de casa, Consumidores y Usuarios de Madrid (AACCU).
- Confederación de Asociaciones de Consumidores y Usuarios de la Comunidad Autónoma de Madrid (CECU).
- Federación de Usuarios-Consumidores Independientes de la Comunidad de Madrid (FUCI-CAM).
- Asociación de Usuarios de Bancos, Cajas de Ahorros y Seguros de la Comunidad de Madrid (ADICAE).
- Unión de Cooperativas de Consumidores y Usuarios de Madrid (UNCUMA).
- Asociación de Mujeres y Consumidores de Madrid (UNAE).
- Unión de Consumidores de la Comunidad Autónoma de Madrid (UCE).

Las **actividades** desarrolladas por las citadas Asociaciones se pueden resumir en:

- Divulgativas (charlas, jornadas, participación en mesas redondas, publicación **de revistas, boletines informativos, folletos, etc.**).
- Asistencia como vocales a los Colegios Arbitrales.

Para la **financiación** de las citadas actividades, el Instituto Regional de Arbitraje de Consumo destinó un total de **47.286,32 €**.

## 5.2 Con Asociaciones Empresariales ..... 24

- Asociación Profesional de Empresarios de Lavanderías y Tintorerías de Madrid y provincia (ASTYLCAM).
- Asociación de Comerciantes de Electrodomésticos (ACEMA).
- Asociación de Comercio Textil de la Comunidad de Madrid (ACOTEX).
- Asociación de Almacenistas y Distribuidores de Pavimentos de Madera de la Comunidad de Madrid (ALPAMA).
- Asociación Madrileña de Trabajadores Autónomos (AMTA).
- Asociación Nacional de Centros de Enseñanza a Distancia (ANCED).
- Asociación de Empresarios de Fontanería, Gas, Calefacción, Climatización, Electricidad, Mantenimiento y afines de Madrid (ASEFOSAM).

## Convenios con los sectores empresariales y AA.CC.

- Asociación de Empresarios de Comercio de Muebles de Madrid (ASEMCOM).
- Asociación de Empresarios de Talleres de Reparación de Automóviles de Madrid (ASETRA).
- Asociación de Técnicos Electrodomésticos (ATE).
- Colegio oficial de decoradores y diseñadores arquitectos interiores de Madrid.
- Asociación Nacional de Vendedores de Vehículos a motor, Reparación y Recambios (GANVAM).
- Asociación de Empresarios de Reparación, Recambios y otras actividades afines de Vehículos de Motor de la Comunidad de Madrid (NARAM).
- Organización Castellana de Empresarios de Mudanzas (OCEM).
- Unión de Organizaciones de Pequeña y Mediana Empresa y Empresarios Autónomos de Madrid (UNIPYME).
- Confederación de Empresarios de Comercio Minorista, Autónomos y de Servicios de la Comunidad de Madrid (CECOMA).
- Confederación General de las Pequeñas y Medianas Empresas del Estado español (COPYME).
- Asociación Nacional de Industrias Electrónicas y de Telecomunicaciones (ANIEL).
- CEIM Confederación Empresarial de Madrid-CEOE.
- Asociación de Comerciantes del Calzado de Madrid (ACC).
- Gremio de joyeros y plateros de Madrid.

## Convenios con los sectores empresariales y AA.CC.

- Asociación Madrileña de Centros de Formación en la Unión Europea (AMACFE).
- Asociación de Comerciantes de Recambios, Accesorios y Neumáticos (AMARAUTO).
- Asociación de Comerciantes de San Fernando de Henares-MERCUR.

Las **actividades** objeto del convenio son las mismas que en el caso de las asociaciones de consumidores.

Para la financiación de las mismas se destinaron un total de: **35.034,4 euros.**

## 6. Creación de Colegios Arbitrales especializados

### 6.1 Colegio Arbitral de Telecomunicaciones

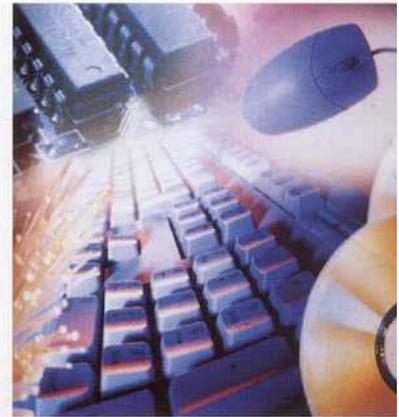
Uno de los sectores que acaparan el mayor número de solicitudes de arbitraje es el de las telecomunicaciones, tal y como lo demuestra el hecho de que en 2002 se recibieron 1.635 solicitudes de arbitraje relacionadas con ese ámbito, lo que supone el 56,8% del total de las recibidas.

Por ello, mediante Acuerdo de 3 de abril de 2002 del Consejo de Administración del Instituto Regional de Arbitraje de Consumo de la Consejería de Economía e Innovación Tecnológica, se creó el Colegio Arbitral de Telecomunicaciones en la Junta Arbitral Regional de Consumo.

Dicho Colegio se creó para conocer en exclusiva las solicitudes de arbitraje de consumo presentadas por consumidores y usuarios que tengan por objeto quejas y reclamaciones relacionadas con el sector de las telecomunicaciones, entendiendo por telecomunicaciones, a estos efectos, los servicios de interés general a los que resulta de aplicación la Ley 11/1998, de 24 abril, General de las Telecomunicaciones y los servicios de televisión, radiodifusión y derivados de la sociedad de la información en los términos dispuestos en sus respectivas normas reguladoras.

Con el fin de agilizar la tramitación en este Colegio se ha simplificado notablemente el procedimiento al realizarse la audiencia a las partes por escrito.

El Colegio de Telecomunicaciones comenzó su andadura a principio de junio, celebrándose las primeras vistas el 17 de julio de 2002.



En ese período de tiempo [junio-diciembre de 2002] la actividad del citado Colegio arroja los siguientes datos:

### 6.1.1 Solicitudes de Arbitraje

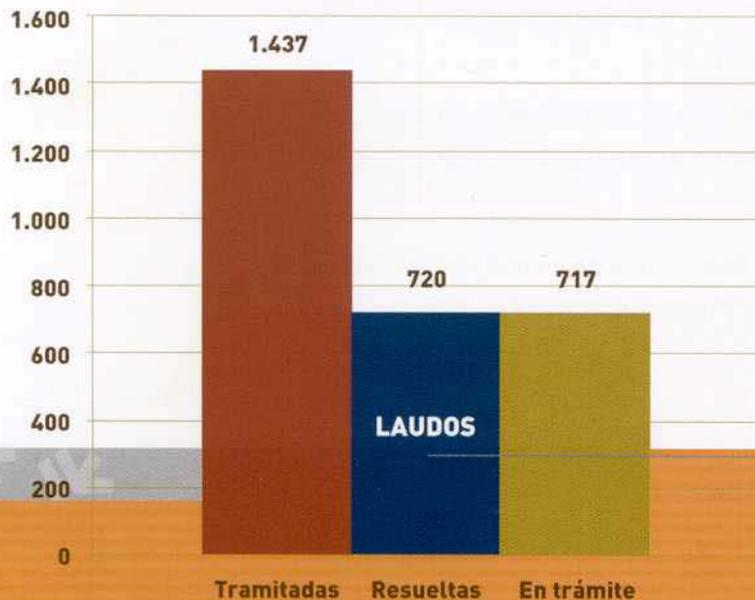
tramitadas .....1.437

» **Resueltas: 720**

- » **Trasladadas: 55**
- » Archivadas por **no aceptación del arbitraje: 1**
- » Archivadas por **otras causas: 121**
- » Resueltas por **laudo: 543**
  - En **equidad: 543**
  - En **derecho: 0**
- ➔ **Laudos estimatorios: 373**  
(total o parcialmente)
- ➔ **Laudos desestimatorios : 168**
- ➔ **Laudos conciliatorios: 2**

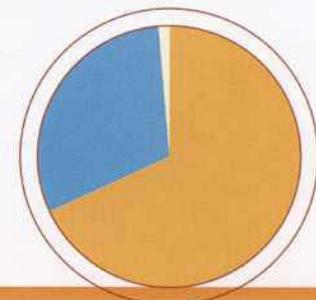
» **En trámite: 717**

Figura 9 - Solicitudes de arbitraje del CAT



Expedientes tramitados por el Colegio Arbitral de Telecomunicaciones

Figura 10 - Desglose de laudos



- Estimatorios ..... 373
- Desestimatorios ..... 168
- Conciliatorios ..... 2

## 6.2 Otros Colegio Arbitrales

Con el fin de desarrollar el arbitraje de consumo en el ámbito local, el Instituto Regional de Arbitraje de Consumo creó, en junio de 2002 los siguiente colegios arbitrales:

- ▶▶ **Colegio Arbitral de Móstoles.**
- ▶▶ **Colegio Arbitral de Collado-Villalba.**

Con la creación de dichos Colegios, mediante la firma del correspondiente Convenio con los Ayuntamientos afectados, se pretende cumplir uno de los principios esenciales que inspiran la política general de la Comunidad de Madrid:

**“El acercamiento de los servicios al ciudadano”.**

Dado que en la Comunidad de Madrid sólo se han constituido 6 Juntas Arbitrales de ámbito distinto al autonómico, la extensión competencial de la Junta Arbitral Regional abarca 171 de los 180 municipios existentes en la Comunidad de Madrid, lo que supone la celebración de las audiencias y demás actuaciones relativas al procedimiento arbitral en la sede de la citada Junta, sita en Madrid, obligando, por tanto, a los consumidores a realizar los correspondientes desplazamientos.

Sin embargo, no siempre es posible ni se considera conveniente la creación de una Junta Arbitral local, debido a que se requieren una serie de requisitos marcados por el acuerdo adoptado en la 77ª reunión de la Comisión de Cooperación de Consumo, así como unos medios materiales que no siempre se pueden conseguir.

Por ello, para facilitar el acceso de los ciudadanos al arbitraje de consumo, se han creado estos dos Colegios Arbitrales (que se suman a los creados en 2001 en San Fernando de Henares y en Rivas-Vaciamadrid), de forma que las audiencias se celebrarán en la sede del Ayuntamien-

## Creación de Colegios Arbitrales especializados

to que corresponda, el cual aportará el local, las personas que ejercerán de Presidentes de los Colegios y el apoyo administrativo necesario para la celebración de la vista, correspondiendo a la Junta Arbitral Regional la tramitación previa de los expedientes y el apoyo técnico necesario.

Asimismo se ha previsto, aunque a fecha 31 de diciembre de 2002 todavía no se habían ultimado los trámites necesarios, la celebración de las vistas, en la medida en que sea posible, mediante videoconferencia.

Dada la complejidad del tema, en el que participan dos Administraciones diferentes, a finales de 2002 aún no se habían celebrado audiencias en los Colegios citados, estando previstas las primeras para el primer trimestre de 2003.

## 7. Actividades en materia de Formación y Educación

### 7.1 Talleres de Arbitraje de Consumo

Durante los meses de octubre y noviembre de 2002 se llevaron a cabo **107 talleres** sobre Arbitraje de Consumo en diversos centros de enseñanza reglada y de educación de adultos de la Comunidad de Madrid, actividad que se llevó a cabo en colaboración con el Servicio de Orientación al Consumidor de la Dirección General de Consumo.

En dichos talleres se desarrollaron nociones sobre la problemática de consumo y forma de reclamar, orientando la acción a la explicación de lo que es el Sistema Arbitral de Consumo, y realizando una simulación, al final de cada taller, de vistas arbitrales.

Los citados talleres se han realizado en un total de 20 poblaciones repartidas por toda la Comunidad de Madrid.

## 8. Otras actividades

### 8.1 Consejo de Administración

El Consejo de Administración del Instituto Regional de Arbitraje de Consumo, como órgano de gobierno de éste, se reunió en dos ocasiones durante el año 2002: el día 31 de enero y el día 23 de abril. De dichas reuniones cabe destacar, como más significativo, lo siguiente:

- ▶ En la de 31 de enero se acordó delegar en la Gerente del Instituto Regional de Arbitraje de Consumo las siguientes competencias:
  - La planificación de la organización y funcionamiento de los establecimientos que dependan del Instituto.
  - La facultad disciplinaria de acuerdo con lo señalado en el art. 55 de la Ley 1/1984, de 19 de enero.
  - El ejercicio de la vigilancia de todas las unidades y servicios del Instituto.
  - La ordenación del gasto hasta un importe de 90.000 €.
- ▶ En la del 23 de abril se acordó la creación del Colegio Arbitral de Telecomunicaciones en la Junta Arbitral Regional, del que ya se ha hablado detalladamente.

### 8.2 Consejo Asesor

El consejo Asesor del Instituto Regional de Arbitraje de Consumo, como órgano colegiado de participación, consulta y asesoramiento del Instituto de materia de arbitraje de consumo, se constituyó en la sesión celebrada el 14 de mayo de 2002.

#### 8.2.1 Comisión de Juntas Arbitrales

La Comisión de Juntas Arbitrales, de la que forman parte los Presidentes y Secretarios de la Junta Arbitral Regional de Madrid y de las demás Juntas Arbitrales que desarrollan su actuación en la Comunidad de Madrid se constituyó en sesión celebrada el 26 de junio de 2002, habiéndose reunido, con posterioridad, el 7 de noviembre.

## 9. Conclusiones

Como ya se indicó en la Introducción, la puesta en marcha de un nuevo Organismo, como ocurre en este caso, supone la imposibilidad de que éste funcione al cien por cien, al menos en los primeros meses de su andadura, debiendo superar una serie de obstáculos que dificultan la optimización de los medios de que dispone.

Sin embargo, a la vista de los resultados expuestos puede concluirse que en su primer año de funcionamiento el Instituto Regional de Arbitraje de Consumo ha cumplido prácticamente todos los objetivos que se había propuesto, y que motivaron su creación: gestión de la Junta Arbitral Regional, coordinación con otras Juntas Arbitrales de la Comunidad, difusión de arbitraje de consumo, potenciación de las adhesiones de empresarios y profesionales, introducción de mejoras en la gestión del arbitraje de consumo, etc.

No obstante, es de esperar que en los próximos años el Instituto se afiance como organismo gestor del arbitraje de consumo en la Comunidad de Madrid, desarrollando más ampliamente sus funciones, para lo cual se está trabajando ya, y así, para el próximo año, por ejemplo, se incorporarán nuevas tecnologías a la Junta Arbitral, de forma que pueda agilizarse el trámite administrativo, especialmente en el Colegio de Telecomunicaciones. Igualmente se pondrán en marcha los cuatro Colegios Arbitrales que se han creado en otros tantos municipios, y se crearán al menos dos más. Asimismo se realizarán nuevas acciones de fomento del sistema encaminadas a la adhesión de nuevas empresas y profesionales, y se potenciará la información y formación mediante la realización de nuevas actividades formativas.