

Memoria de Actividades de la Dirección General de Consumo de la Comunidad de Madrid

2004



1. PRESENTACION

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 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.

Este año 2004 ha traído cambios importantes en el Organismo de protección de los consumidores de la Comunidad de Madrid, al haberlo incardinado en la Consejería de Sanidad y Consumo, tras muchos años de ubicarlos en la Consejería de Economía e Innovación Tecnológica, y ello se ha debido, fundamentalmente, al afán de dar al Consumo, en nuestra Comunidad Autónoma, un tratamiento integral, en la línea de lo establecido en el artículo 51 de la Constitución: protección de la salud, la seguridad y los legítimos intereses económicos de los consumidores.

Asimismo, también durante 2004 se ha gestado y elaborado un documento que va a ser clave para la política de protección al consumidor de la Comunidad de Madrid durante los próximos años: el **“Plan Integral para la Protección de los Consumidores de la Comunidad de Madrid”**, cuyo objetivo es abordar el consumo desde una perspectiva global, estableciendo las líneas de actuación para la protección de los consumidores de la Comunidad de Madrid en los próximos cuatro años.

A lo largo de esta Memoria iremos abordando y exponiendo las diversas actividades llevadas a cabo en la Dirección General de Consumo durante 2004. Así, comenzaremos por las actuaciones llevadas a cabo en materia de información al consumidor, para seguir con el tema de educación y formación en materia de consumo, el fomento de la política regional de consumo en los distintos servicios municipales de consumo de nuestra Comunidad, el fomento y apoyo al movimiento asociativo y la resolución de conflictos de consumo a través, básicamente, de la mediación.

También daremos cuenta de la actividad del Consejo de Consumo, de la gestión del Sistema Unificado de Reclamaciones y de los Códigos de Buenas Prácticas como medio de autorregulación de los sectores empresariales en defensa de los derechos de los consumidores.

A continuación pasaremos a exponer los resultados de las actividades llevadas a cabo en materia de control e inspección de productos y servicios de consumo, la gestión de la red de alerta y de los programas de seguridad, y la actividad sancionadora y recaudadora.

Por último, abordaremos las actuaciones llevadas a cabo por la Sección de Asuntos Generales, y que afectan al funcionamiento general del organismo.

No cabe duda que el balance de las actividades desarrolladas en 2004 nos proporcionará las claves para abordar, en 2005 los nuevos retos que una sociedad como la nuestra, en continuo proceso de cambio, demanda de los organismos encargados de velar por los intereses de los consumidores en nuestra Comunidad.

Carmen Martínez de Sola y Coello de Portugal
Directora General de Consumo

2. INDICE

- INTRODUCCION..... Pág
- INFORMACION
 - ❖ ASESORAMIENTO
 - Consultas
 - Procedimiento de respuestas vinculantes
 - Centro de Documentación Regional de Consumo
 - ❖ DIVULGACION
 - Campañas de información
 - Información en la “RED”
 - Notas informativas
- EDUCACION Y FORMACION
 - ❖ EDUCACION DE CONSUMIDORES
 - Programa de Educación en la Escuela
 - Programa Europeo de Educación al Consumidor
 - Educación de consumidores adultos
 - Educación para personas mayores
 - Otras actuaciones
 - ❖ FORMACION DE ESPECIALISTAS EN CONSUMO
 - Formación continuada de especialistas en consumo
- FOMENTO DE LA POLITICA REGIONAL DE CONSUMO
 - ❖ COMISION REGIONAL DE POLITICA DE CONSUMO
 - ❖ II ENCUENTROS DE OMIC DE LA COMUNIDAD DE MADRID
 - ❖ PROYECTO ALCANCE 2002-2005
 - ❖ APOYO FINANCIERO A LOS SERVICIOS MUNICIPALES DE CONSUMO
 - Convenios de colaboración
 - Subvenciones a Corporaciones Locales en materia de consumo
 - ❖ REGISTRO DE SERVICIOS MUNICIPALES DE CONSUMO
- FOMENTO Y APOYO AL MOVIMIENTO ASOCIATIVO
 - ❖ APOYO FINANCIERO A ASOCIACIONES DE CONSUMIDORES
 - Subvenciones a Asociaciones de Consumidores
 - Convenios de colaboración
 - ❖ OTRAS ACTUACIONES CON LAS ASOCIACIONES DE CONSUMIDORES
 - I Foro de Organizaciones de Consumidores de la Comunidad de Madrid
 - ❖ REGISTRO DE ASOCIACIONES DE CONSUMIDORES DE LA COMUNIDAD DE MADRID

- ❖ PROYECTO ALCANCE 2002-2005
- ❖ DIA MUNDIAL DEL CONSUMIDOR

- RESOLUCION DE CONFLICTOS
 - ❖ ATENCION PERSONALIZADA A LOS RECLAMANTES
 - ❖ RECEPCION Y TRAMITACION DE RECLAMACIONES
 - Recepción
 - Tramitación: traslado y mediación
 - ❖ ANALISIS DE LAS RECLAMACIONES POR SECTORES
 - Alimentación
 - Bienes
 - Servicios
 - Suministros
 - Reformas del Hogar
 - Vivienda

- CONSEJO DE CONSUMO
 - ❖ PLENO
 - ❖ COMISION PERMANENTE
 - ❖ COMISION DE LEGISLACION
 - ❖ COMISION DE ORGANIZACIONES DE CONSUMIDORES
 - ❖ COMISION DE PRECIOS
 - ❖ COMISION DE EVALUACION Y SEGUIMIENTO DEL CODIGO DE BUENAS PRACTICAS EN MATERIA DE CONTRATACION DEL SERVICIO DE ENSEÑANZA NO REGLADA
 - ❖ COMISION DEL OBSERVATORIO DE LA LEY DE GARANTIAS

- SISTEMA UNIFICADO DE RECLAMACIONES

- CONTROL E INSPECCION DE PRODUCTOS
 - ❖ DENUNCIAS
 - ❖ ACTUACIONES DE OFICIO
 - ❖ COMUNICACIONES DE OTRAS COMUNIDADES AUTONOMAS
 - ❖ CAMPAÑAS DE CONTROL DE PRODUCTOS
 - Nacionales
 - Regionales

 - ❖ SEGURIDAD DE PRODUCTOS

- INSPECCION DE SERVICIOS
 - ❖ ACTUACIONES NO PROGRAMADAS
 - ❖ ACTUACIONES PROGRAMADAS

- ACTIVIDAD SANCIONADORA
 - ❖ TRAMITACION DE EXPEDIENTES SANCIONADORES
 - Iniciación de expedientes
 - Motivos de actuación
 - Resolución de expedientes

- ❖ TRAMITACION DE RECURSOS
 - Recursos administrativos
 - Resolución de recursos

- ❖ GESTION DE INGRESOS

- ASUNTOS GENERALES

- BALANCE GENERAL DE ACTUACIONES

3. INTRODUCCION

La Dirección General de Salud Pública, Alimentación y Consumo (actual Dirección General de Consumo), se estructura en dos grandes áreas: el **SERVICIO DE ORIENTACION AL CONSUMIDOR** y el **SERVICIO DE INSPECCION Y CONTROL**.

El **SERVICIO DE ORIENTACION AL CONSUMIDOR** realiza actuaciones cuyo objetivo es doble:

- Por una parte el aspecto preventivo, mediante la difusión del conocimiento a los ciudadanos de los derechos que como consumidores les asisten, sus obligaciones y la practica a través de la comprensión, de lo que se denomina *Consumo Responsable, Solidario y Sostenible*.
- Por otro lado, el conocimiento de los problemas que, en materia de consumo, tienen los ciudadanos, es decir, la recepción y tramitación de las reclamaciones de consumo, propiciando la solución extrajudicial a través de la mediación y en caso de no ser posible o no ser competencia de consumo, dar traslado al organismo competente y la propuesta de soluciones.

El aspecto preventivo se materializa a través tanto de la Dirección General de Salud Pública, Alimentación y 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.

Los Ayuntamientos son una pieza clave en la política de consumo, por ello la colaboración, la coordinación de actividades y el apoyo financiero es muy importante. La colaboración y la coordinación se realiza a través de la Comisión Regional de Política de Consumo y de sus grupos de trabajo y mediante la firma de Convenios de Colaboración con contenido económico y de subvenciones destinadas al funcionamiento e inversiones de equipamiento y acondicionamiento de locales de las Oficinas Municipales de Información al Consumidor.

Asimismo, las Asociaciones Empresariales y otros agentes sociales, 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 de Salud Pública, Alimentación y Consumo utiliza distintos instrumentos como son la información personalizada y divulgación general, la educación dentro de los programas de enseñanza reglada para escolares y de consumidores adultos.

Sin olvidar la formación continuada de los profesionales que trabajan en temas de consumo tanto en los Ayuntamientos, en las Asociaciones de Consumidores, como en la propia Dirección General.

Como ya se ha mencionado, la colaboración con las Asociaciones de Consumidores y Empresariales es una de las líneas de trabajo de la Dirección General. En el caso de las Asociaciones de Consumidores esta colaboración se instrumenta a través de convenios de colaboración, así como en una línea de ayudas a través de subvenciones. En cuanto a las

Asociaciones Empresariales la colaboración se plasma en convenios de colaboración para temas concretos.

Sin embargo, 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 imposición de una sanción administrativa.

Por último, desde el Servicio de Orientación al Consumidor se gestionan los asuntos generales de la Dirección General y, en parte, los correspondientes al Instituto Regional de Arbitraje de Consumo: 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.
- 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.
- 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.

Para ello se estructura en las siguientes unidades administrativas:

SECCIÓN DE INFORMACIÓN
SECCIÓN DE RECLAMACIONES
SECCIÓN DE DEFENSA AL CONSUMIDOR Y CORPORACIONES LOCALES
SECCIÓN DE ASUNTOS GENERALES

En cuanto al **SERVICIO DE INSPECCION Y CONTROL**, lleva a cabo las funciones relativas al cumplimiento del mandato constitucional establecido en el artículo 51 en materia de inspección y control de bienes, productos y servicios de consumo, así como el ejercicio de la potestad sancionadora, y que se concretan en:

□ **Actividades de inspección y control:**

Atendiendo al origen de las actuaciones se puede establecer la siguiente clasificación:

1.- Actuaciones no programadas: Son las inspecciones y controles motivados por denuncias de los ciudadanos y por peticiones puntuales generadas de nuestros propios servicios o de otros Organismos.

2.- Actuaciones programadas: Responden a una planificación previa, y se seleccionan y diseñan en función de los siguientes criterios:

- Control de los productos y servicios de uso común o generalizado.
- Sectores o productos de mayor grado de conflictividad por reclamaciones o antecedentes que indiquen riesgos, fraudes o irregularidades generalizadas.
- Investigación de 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 de varios tipos:

Internacionales: Coordinadas por el INC, en base a las decisiones de la Comisión Europea, durante 2004: cunas (incluida en artículos de puericultura).

Nacionales: Coordinadas por el INC, se ha participado en las campañas sobre: Vivienda, Estaciones de Servicio, Garantías, Inmobiliarias, Artículos y Accesorios de puericultura, Comercio electrónico, Juguetes, incl. Juguetes con proyectiles, Controles Generales de Productos y Servicios etc.

Regionales Conjuntas: Coordinadas por la Comunidad, diseñadas y ejecutadas en colaboración de los servicios Municipales. Durante 2004 se han realizado las siguientes campañas: Estaciones de Servicio, Empresas Instaladoras de gas, Vivienda, Vehículos de segunda mano, Juguetes, Artículos y accesorios de puericultura, Artículos de fotografía y sonido, Garantías, Controles Generales de Productos y Servicios.

Regionales: Diseñadas y ejecutadas solo por la Comunidad. Son mayoritariamente de toma de muestras. Durante el año 2004 se han llevado a cabo sobre distintos tipos de productos, que se detalla más adelante.

Controles sistemáticos: Consiste fundamentalmente en toma de muestras.

○ **Actividades sancionadoras**

Constituyen la continuación de la actuación inspectora, e implican, tras un escrupuloso seguimiento de las pautas legales establecidas en plazos y alegaciones, la sanción de las conductas infractoras que hayan sido probadas mediante estos procesos.

Para llevar a cabo todas estas actuaciones, el Servicio de Inspección y Control se estructura en las siguientes unidades administrativas:

SECCION DE ANALISIS Y CONTROL DE CALIDAD
SECCION DE INSPECCION DE SERVICIOS
SECCION DE INSPECCION DE SERVICIOS DE VIVIENDA
SECCION DE PROCEDIMIENTO

A continuación, pasaremos a exponer los datos de las actividades llevadas a cabo en las diferentes áreas de actuación.

3. INFORMACIÓN

El área de información dirige sus actividades en dos líneas básicas:

- Asesoramiento
- Divulgación

3.1. ASESORAMIENTO.-

1- CONSULTAS.

2- PROCEDIMIENTO DE RESPUESTAS VINCULANTES.

3- CENTRO DE DOCUMENTACIÓN REGIONAL DE CONSUMO.

3.1.1.- CONSULTAS.

A través de esta línea de actuación se resuelven las consultas de los ciudadanos y empresas planteadas, respecto a temas de consumo, que vienen formuladas básicamente a través de dos vías:

- Teléfono del Consumidor.
- Consultas por escrito.

➤ Teléfono del Consumidor.

El “Teléfono del Consumidor”, es un servicio que gestiona una empresa a través de un contrato público. El número de llamadas atendidas en 2.004 ha sido de **21.684**, lo que supone un incremento respecto de 2003, del 9.6%.

Teniendo en cuenta los sectores que aparecen en la tabla adjunta, el número de consultas habidas de cada uno de ellos, eliminando el capítulo de información general (3.096), es la siguiente:

<	Alimentación:	293 consultas (1,6%).
<	Bienes:	4.457 consultas (24%).
<	Servicios:	5.573 consultas (30,%).
<	Suministros:	5.167 consultas (27,8%).
<	Reformas del hogar:	697 consultas (3.7%).
<	Vivienda:	2.401 consultas (12.9%).

Dentro de los sectores referenciados, los subsectores de actividad sobre los que ha habido un mayor número de consultas, son los siguientes:

- < En el capítulo de **Alimentación**, los más consultados han sido: **Grandes Superficies** (46 consultas) y **Supermercados Minoristas** (42 consultas).
- < En cuanto a **Bienes**, los más consultados han sido: **Automóvil Nuevo y Usado** (1287 consultas), **Electrodomésticos** (763 consultas) y **Muebles** (474 consultas).

- < En el sector **Servicios**, los mas consultados han sido: **Agencias de Viajes** (628 consultas), **Talleres de Reparación de Vehículos** (607 consultas), **Bancos** (451 consultas), **Transporte de Viajeros** (401 consultas) y **S.A.T. (Servicios de Asistencia Técnica)**, (341 consultas).
- < Dentro del sector **Suministros**, los sectores más consultados son: **Telefonía Fija** (2.744 consultas), y **Telefonía Móvil** (827 consultas).
- < En el Sector **Reformas del Hogar**, las actividades más consultadas han sido: **Reforma Integral** (307 consultas) y **Fontanería** (87 consultas).
- < En cuanto al Sector **Vivienda**, las consultas más frecuentes han sido, **Compraventa** (1362 consultas) y **Arrendamiento** (467 consultas).
- < En **Información General** se han atendido 3.096 consultas.

En conclusión, los ámbitos del consumo en los que se producen más consultas, excluyendo la información general, son los siguientes:

- Telefonía Fija (se incluye internet):	2.744 consultas.
- Compraventa y arrendamiento de vivienda	1.829 consultas.
- Automóvil Nuevo y Usado:	1.287 consultas.
- Telefonía Móvil:	827 consultas.
- Electrodomésticos:	763 consultas.
- Agencias de Viajes:	628 consultas.
- Talleres de Reparación de Vehículos:	607 consultas.
- Muebles:	474 consultas.
- Bancos:	451 consultas.

➤ **Consultas por escrito:**

Además de la atención telefónica se responden consultas tanto de consumidores como de empresas y otras administraciones públicas, a través de varios sistemas: por correo electrónico, correo postal y fax .

El resultado obtenido es el siguiente:

- < Consultas por correo electrónico: Se han respondido 671 consultas.
- < Consultas por correo postal o fax de consumidores finales: Se han contestado 57 consultas por correo postal y 27 por fax.
- < Consultas por correo postal o fax de empresas: Se han formulado 85 consultas.
- < Consultas de las Administraciones Públicas: Se han respondido 9 consultas, especialmente formuladas por Corporaciones Locales.

Teniendo en cuenta los datos estadísticos existentes de las consultas recibidas de consumidores con un total de 806, los sectores más consultados a través de las diferentes vías son los siguientes:

✓ Alimentación:.....	19 consultas (2,3%).
✓ Bienes:	190 consultas (23,6%).
✓ Servicios:.....	282 consultas (35%).
✓ Suministros:.....	183 consultas (22,7%).
✓ Reformas de Hogar:	11 consultas (1.4%).
✓ Vivienda:.....	121 consultas (15%).

En cuanto a los subsectores, tenemos los siguientes datos:

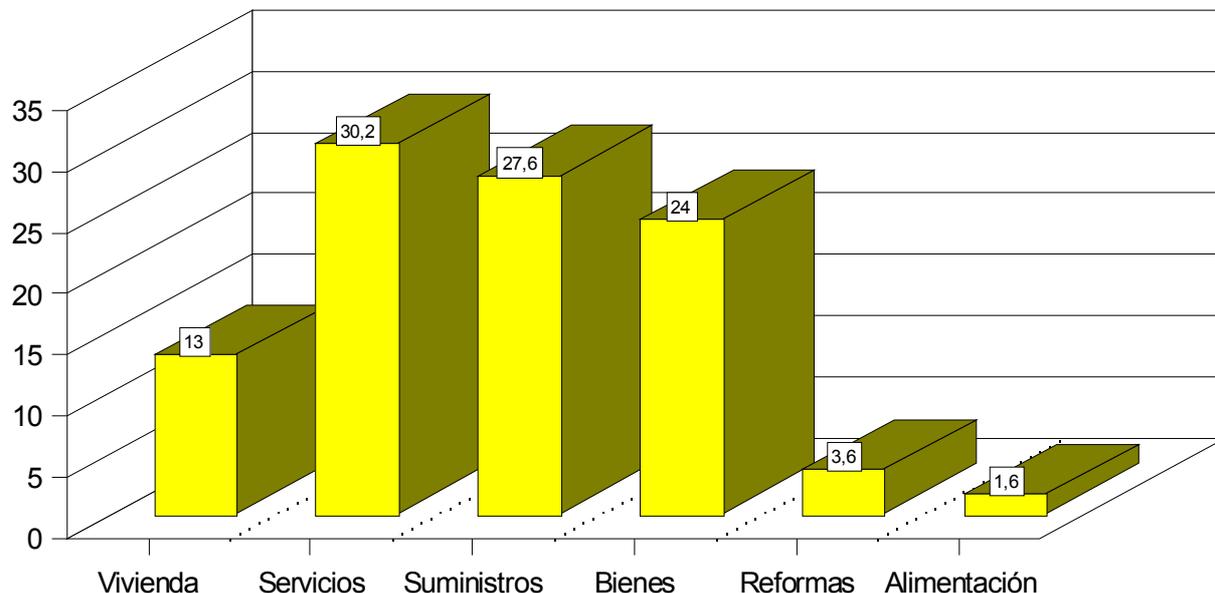
- < En el capítulo de **Alimentación**, los más consultados han sido: **Bebidas alcohólicas** (4) y **Cárnicos** (3).
- < En cuanto a **Bienes**, los más consultados han sido: **Automóvil Nuevo** (27) y **Electrodomésticos** (22).
- < En el Sector **Servicios**, los más consultados han sido: **S.A.T.** (24) y **Transportes de Viajeros** (23).
- < En el Sector de **Suministros**, los más consultados han sido: **Internet** (74) y **Telefonía Fija** (52).
- < En el Sector **Reformas del Hogar**, los más consultados han sido: **Reforma Integral** (3) y **Albañilería** (3).
- < En cuanto al Sector **Vivienda**, los más consultados han sido: **Compra de vivienda** (60) y **Arrendamientos** (18)
- < En **Información General** de los diferentes Sectores, las consultas han sido 112.

➤ **Análisis global de las consultas**

Se incluyen los datos correspondientes a las consultas respondidas a través del Teléfono del Consumidor y las consultas por escrito.

El **número total** de consultas respondidas ha sido de **22.533**. Eliminando las correspondientes a Información General de las realizadas al Teléfono del Consumidor, suponen un total de 19.394, la distribución porcentual por sectores se muestra en la siguiente Figura.

- . Alimentación: 1.6 %
- . Bienes: 24 %
- . Servicios: 30.2%
- . Suministros: 27.6%
- . Reformas del hogar: 3.6%
- . Vivienda: 13 %



Los ámbitos del consumo en los que se producen más consultas, excluyendo la Información General, son los siguientes:

- **Telefonía fija (se incluye Internet):** 2848
- **Compra Vivienda:** 1422
- **Automóvil Nuevo y usado:** 1314
- **Telefonía Móvil** 827
- **Electrodomésticos** 785
- **Agencias de Viaje** 628
- **Taller de reparación de vehículos** 607
- **S.A.T.** : 24

3.1.2.- PROCEDIMIENTO DE 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 dando una interpretación general de la que da traslado a la empresa consultante. Bajo este sistema la respuesta así obtenida se denomina RESPUESTA VINCULANTE., y que es de aplicación en todo el territorio nacional.

La Dirección General ha formulado 4 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.

3.1.3.- CENTRO DE DOCUMENTACIÓN REGIONAL DE CONSUMO

Durante el año 2004, la actividad del CENTRO DE DOCUMENTACIÓN REGIONAL DE CONSUMO ha sido la siguiente:

□ **Boletín Informativo Regional de Consumo.**

Durante el año 2004, se han elaborado 11 números de periodicidad mensual, correspondientes al periodo diciembre 2.003-noviembre 2.004. 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.

Este boletín se distribuye dentro de la Dirección General, altos cargos de la Consejería de Sanidad y Consumo y de Economía e Innovación Tecnológica, Teléfono del Consumidor, los Ayuntamientos con OMIC, principales Asociaciones de Consumidores y al Instituto Nacional de Consumo.

Por otro lado, el Centro de Documentación está dentro de la Red de Difusión de Flair Flow (dependiente del Instituto del Frío del Consejo Superior de Investigaciones Científicas). Su labor es la difusión de los documentos remitidos por el Instituto del Frío, que se refieren especialmente a investigaciones científicas en materia de alimentación. En este año se han difundido 8 documentos correspondientes al periodo Enero-Febrero de 2004. Se remiten a las principales OMICs y Asociaciones de Consumidores.

□ **Bases de datos:**

Las bases de datos de documentación cuentan, a 31 de diciembre de 2004, con los siguientes registros:

- < Legislación: normas de ámbito municipal, regional, nacional y europeo
- < Biblioteca: 880 volúmenes catalogados
- < Folletos: 620 publicaciones de consumo de diversos organismos
- < Respuestas Vinculantes: 626 informes definitivos
- < Jurisprudencia: 907 sentencias de diferentes Tribunales de Justicia
- < Documentación gris: 565 documentos
- < Normas UNE: 87 normas
- < Flair Flow: 83 documentos
- < Red de Garantías: 68 informes definitivos

Además, en el último trimestre de 2003, y como consecuencia de la entrada en vigor de la Ley 23/2003 de Garantías de los Bienes de Consumo, se ha procedido a la creación de una nueva base de datos que recoge las consultas que sobre este tema se realizan dentro de la Red de Interpretación de Garantías, en el seno del Instituto Nacional de Consumo, cuyos informes tienen naturaleza vinculante y forman así parte de los fondos documentales del Centro de Documentación Regional de Consumo.

□ **Peticiones**

Finalmente, hay que señalar que también se atienden las peticiones de documentación (legislación, folletos, normas UNE, literatura gris, sentencias, hemeroteca y biblioteca). Estas peticiones pueden ser por escrito o personalmente.

En cuanto a la distribución de otras publicaciones de consumo, con independencia del autoconsumo de la propia Dirección General y del suministro periódico que se realiza para la celebración de cursos y talleres de consumo, se han atendido diversas peticiones, tanto de Corporaciones Locales, como de entidades privadas y consumidores finales, destacando entre ellas:

- < En el mes de enero, tres ejemplares de todas las publicaciones en materia de consumo a la Ventanilla Única Empresarial.
- < En el mismo mes, 50 ejemplares de todas las publicaciones disponibles al Instituto de Enseñanza Secundaria Clara del Rey, para su difusión entre los alumnos de las asignaturas de consumo que se imparten en dicho centro.
- < El suministro de 140 ejemplares del libro “Los menores y el consumo: aspectos jurídicos”, ganador del X Premio de Investigación y Consumo de la Comunidad de Madrid y editado en el año 2003, a la Universidad Pontificia de Comillas, en el mes de octubre, para la celebración de un curso monográfico sobre el tema.
- < En el mes de mayo, se aportaron 200 ejemplares de todos los folletos divulgativos en distribución en ese momento, para la celebración de la Feria del Libro del municipio de Fuenlabrada.

3.2. -DIVULGACIÓN.-

- 1- *CAMPAÑAS DE INFORMACIÓN.*
- 2- *INFORMACIÓN EN LA “RED”.*
- 3- *NOTAS INFORMATIVAS.*

3.2.1- 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 durante 2004, se ha llevado a cabo una campaña informativa sobre el Sistema Unificado de Hojas de Reclamaciones en los establecimientos de la Comunidad de Madrid con obligación de tener a disposición del consumidor dichas hojas de reclamaciones, haciendo especial hincapié en aquellos municipios que no tienen Oficina Municipal de Información al Consumidor.

Durante 2004 han sido visitados, un total de 56 municipios de la Comunidad de Madrid que no tienen competencia en edición y distribución de hojas de reclamaciones, con el fin de informar a la totalidad de establecimientos existentes (167) de la obligación que tienen de disponer de dichas hojas. De todos los establecimientos informados **42** han venido a la Dirección General a recoger las hojas de reclamaciones.

□ **Publicaciones editadas y distribuidas**

A continuación se relacionan las publicaciones y folletos divulgativos en materia de consumo editados en la Dirección General en el ejercicio 2004,

- Consejos para usuarios de los talleres de reparación de automóviles.
- Guía para la contratación de enseñanza no reglada en la Comunidad de Madrid.
- Derechos de los consumidores en el servicio de grúas para automóviles
- Impida el uso fraudulento de su tarjeta bancaria.
- Novedades en materia de servicios de tarificación adicional (S.T.A.)

El díptico sobre el uso fraudulento de las tarjetas bancarias fue coeditado por esta Dirección General junto con AUSBANC (Asociación de Usuarios de Banca), y difundido en medios de prensa escrita.

Con excepción de este último, los textos de todos los folletos y publicaciones mencionadas se han elaborado en el seno del Grupo de Trabajo de Información y Reclamaciones de la Comisión Regional de Política de Consumo.

De todos ellos se ha realizado una tirada de 40.000 ejemplares y se han distribuido a todos los servicios municipales de consumo (OMIC), a las Oficinas Regionales de Información al Consumidor (ORIC), Puntos de Información y Atención al Ciudadano de la Comunidad de Madrid (PIAC), Consejerías de la Comunidad de Madrid, Asociaciones de Consumidores (ACUs), , así como a la Biblioteca Regional Joaquín Leguina, BOCM e Instituto Nacional del Consumo (INC).

Asimismo, y para facilitar la difusión masiva de nuestras publicaciones entre los ciudadanos, se suministran a los Servicios de Coordinación del Ayuntamiento de Madrid, para que éste los distribuya lo más uniformemente posible entre todas las Juntas Municipales de Distrito.

Además de la distribución institucional común para todas las publicaciones, el cuatríptico "*Novedades en materia de servicios de tarificación adicional (S.T.A.)*", ha sido enviado a las Direcciones Generales de Consumo de las diferentes Comunidades Autónomas, así como a los miembros del Grupo de Trabajo de Información, Formación y Educación del Instituto Nacional del Consumo, habida cuenta del elevado número de reclamaciones sobre estos servicios de telefonía, y por tanto la importancia que tiene la máxima difusión de la información al consumidor sobre este sector.

Por último, el libro "**Los menores y el consumo: aspectos jurídicos**", ganador del X Premio de Investigación y Consumo de la Comunidad de Madrid y editado en el año 2003, ha sido distribuido en el mes de febrero a las Comunidades Autónomas, Secretarías Generales Técnicas de la Comunidad de Madrid, Oficinas Municipales de Consumo, Asociaciones de Consumidores, Instituto Nacional del Consumo, Bibliotecas públicas, Organizaciones No Gubernamentales y Centros de Orientación Pedagógica de la Comunidad de Madrid.

3.2.2- INFORMACIÓN EN LA “RED”.

Durante 2004 se ha continuado 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, consejos básicos y forma e institución ante la cual presentar una reclamación sobre cualquier área del consumo. Este Proyecto denominado “Guía del Consumidor en Internet” estará operativo en su totalidad en 2005.

3.2.3- NOTAS INFORMATIVAS.

Se han elaborado y difundido a las Oficinas Municipales de Información al Consumidor (OMIC) notas informativas sobre los Servicios de Tarificación Adicional, con objeto de fijar criterios y coordinar la actuación de los diferentes servicios competentes en materia de consumo sobre esta materia.

En colaboración con el Gabinete de Prensa de la Dirección General se han elaborado varias notas informativas: rebajas, consejos a la hora de utilizar los servicios de grúas, reclamaciones, sectores más reclamados en 2.003, etc.

4. EDUCACION Y FORMACION

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

1. *EDUCACIÓN DE CONSUMIDORES.*
2. *FORMACIÓN DE ESPECIALISTAS.*

4.1. EDUCACIÓN DE CONSUMIDORES.

La educación es un eficaz instrumento 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.

Dentro de esta línea de trabajo, se llevan a cabo los siguientes programas:

4.1.1. Programa de educación en la escuela.

□ Talleres de Consumo:

Los talleres de consumo impartidos por la Comunidad de Madrid son una actividad educativa que trata de transmitir información y actitudes racionales sobre la problemática del consumo mediante una metodología participativa, activa y (en el caso de educación infantil y primaria y en la medida en que la materia lo permite) manipulativa.

Esta actividad se ha venido realizando de forma habitual (sujeta a las diferentes formas, programas y contenidos) desde 1983.

Los talleres de consumo impartidos durante 2004 han ascendido a 898. Estos se desglosan según las siguientes tablas, distribuidos por municipio y tramo educativo tabla I.

Talleres realizados por municipios en 2004 - D.G. de Consumo	Agua y eléctrico	Alimentación	Alimentación y nutrición	Análisis comparativo de alimentos	Consumo	Desarrollo Sostenible	Desayuno	Estética y culto al cuerpo	Etiquetado	Envases y su reutilización	Fabricación de alimentos	Formas de ocio alternativas	Juego y videojuegos	Ocio y juguetes	Publicidad	Reciclaje papel	Seguridad Infantil	Supermercado y compra	Tabaco y alcohol	Tejidos	Telefonía móvil e internet	TOTAL
Madrid		2	21	11			2	20	33	37	19	16		104	49	55	4	26	20	5	3	427
Alcalá Henares				9	2				2	6	4			7	7	11		2		2		52
Alcobendas			2	3												5						10
Alcorcón										3				3		3	4	7				20
Aranjuez										6						4		2				12
Arganda de Rey								2														2
Boadilla del Monte										3				4		3		2				12
Collado-Villalba										5		1		2	2	3			2			15
Coslada		1								2				7		8	2		3			23
Daganzo								3					2									5
Fuenlabrada	4							4	26	7	2			10		11	2	4	7		2	79
Getafe												4			6							10
Las Rozas														3								3
Leganés				6						22	4			14		4		4		4		58
Moralzarzal										3					2							5
Móstoles		11		6		2		1		2		3		4	9	2	1	2	1	4		48
Parla										4	6			3	2	5				2		22
S.Fernando Henar.				4						2				6	2	2		2				18
S.Lorenzo Escorial										4				2	6							12
S.Sebastián Reyes								5									1			1		7
Sevilla La Nueva								4			2				3			1				10
Soto de Real														2				1				3
Torrejón A.	1			4				5		3	1			4	7	1		1				27
Torrejón Vel		1								3				4	2	2						12
Torrelaguna																3		3				6
TOTAL	5	15	23	43	2	2	2	44	61	112	38	24	2	179	97	122	14	57	33	18	5	898

En la tabla comparativa que sigue se muestra una evolución de los talleres de consumo realizados durante los últimos años:

AÑO	TALLERES	ASISTENTES	OBSERVACIONES
2004	898	24.125	Todos los talleres para población escolar.
2003	1.341	35.670	Todos los talleres para población escolar.
2002	670	17.632	Incluye 10 talleres para adultos.
2001	1.252	27.170	Incluye 54 talleres para adultos, y 167 charlas taller sobre el Euro.
2000	684	17.174	Incluye 7 talleres para adultos.
1999	671	15.287	Incluye 34 talleres para adultos.

4.1.2. Programa Europeo de Educación al Consumidor.

□ Certamen Europeo.

La Orden 337/2004, de 5 de abril, del Consejero de Sanidad y Consumo, convocó la fase autonómica del **Concurso Europeo “Juntos somos más. Nos comunicamos en la ampliación”**. Esta fase autonómica del certamen es previa a la nacional y a la europea, ambas organizadas por la Comisión Europea en colaboración con los Estados miembros. El objeto del concurso ha sido la realización de un proyecto lúdico “relacionado con la historia, la realidad socio-cultural de los hábitos de consumo de alguno de los diez países de la 5ª Ampliación de la Unión Europea”. El Certamen constaba de dos categorías, una dirigida a “jóvenes” y otra a “personas mayores”.

El Jurado, reunido el 26 de abril de 2004 falló los premios concediendo un primer premio, de los correspondientes a la categoría de jóvenes (10 a 18 años) y los tres de la categoría de personas mayores (mayores de 60 años).

El primer y único premio entregado a la categoría de jóvenes lo fue al C.E.I.P. Jarama, de Mejorada del Campo, por su trabajo “Hungría”.

En la categoría de personas mayores el primer premio correspondió al grupo de mayores del Centro San Lorenzo de El Escorial, de la población del mismo nombre, por su trabajo “Relatos sobre Polonia, recuerdos”; el segundo premio al grupo de mayores del Centro Gloria Fuertes, de San Sebastián de los Reyes, por su trabajo “Cartas desde Praga”; el tercer premio al grupo de mayores del Centro de Día Amor Hermoso, de Madrid, por su trabajo “Chipre, el reino de Afrodita”.

Los ganadores de los primeros premios, en sus dos categorías, acudieron a la fase nacional, que se celebró en Santander en la Escuela Europea de Consumidores el 17 de mayo de 2004, no resultando premiado ninguno de ellos en la fase nacional. La organización del viaje de ambos grupos fue coordinada desde la Sección de Defensa del Consumidor y Corporaciones Locales.

□ **Participación en la Red de Educación al Consumidor (RED):**

La *Red de Educación del Consumidor*, un proyecto gestionado con fondos de la Unión Europea tiene como objetivo compartir experiencias, recursos educativos y elaborar materiales didácticos dirigidos a centros escolares y a grupos de profesores inscritos en la misma con la colaboración de los ayuntamientos adheridos. Los destinatarios prioritarios de la Red son los profesores adheridos que desarrollan su labor docente en los ámbitos educativos. La Red es coordinada por la *Escuela Europea de Consumidores*, entidad adscrita al Gobierno de Cantabria.

Durante 2004 se ha finalizado la colaboración con la Red de Educación al Consumidor en el proyecto "*Da en la diana por tu seguridad*", cuyo origen tuvo lugar en 2003. Este es un plan integral dirigido a los jóvenes y a ciudadanos vulnerables o desfavorecidos, así como al profesorado. Su propósito esencial ha sido fomentar la seguridad en el uso de los productos, que ha centrado en diez temas: 1) teléfonos móviles, 2) cosméticos, 3) *piercings*, 4) tatuajes, 5) cirugía estética, 6) juegos y juguetes, 7) motocicletas (incluyendo bicicletas y móviles), 8) comprar un casco, 9) videojuegos, 10) productos informáticos (incluyendo internet).

También se ha participado en la revista *RED de Educación del Consumidor*, de edición semestral, como miembros de la RED con la correspondiente aportación económica, además de haber elaborado dos artículos: *Comamos bien en el recreo* (nº 3, primer semestre de 2004) y *Cursos para docentes sobre Consumo y Publicidad* (nº4, segundo semestre de 2004).

4.1.3. Educación de consumidores adultos

Dentro del Programa de Educación para Consumidores Adultos de la Dirección General, a lo largo de 2004, se han realizado Cursos (de 4 sesiones, de 90 minutos) y Charlas (de 60 minutos de duración) en distintas entidades de la Comunidad de Madrid.

Con ellos se pretende informar y formar a los consumidores sobre sus derechos básicos, y dotarles de los instrumentos necesarios para que adquieran hábitos de consumo racionales y responsables.

Se recibieron 17 solicitudes de Cursos, habiéndose realizado 13 de ellos, con un total de 407 alumnos.

Las solicitudes de Charlas ascendieron a 87, celebrándose un total de 61 que contaron con la participación de 1.876 consumidores.

En las tablas adjuntas se relacionan las actividades anteriormente descritas según entidad solicitante, localidad, fechas de celebración y tema tratado en el caso de las charlas.

CURSOS

Fecha	Entidad solicitante	Localidad de celebración	asistentes
1,3,9 y 10 de marzo	CEPA "Sierra del Guadarrama"	Collado Mediano	14
15,17,22 y 24 de marzo	CEPA "Daoiz y Velarde"	Madrid	23
23,25 y 30 de marzo y 1 de abril	Centro de Día de P.P.M.M. "Leganés I"	Leganés	31
13,20 y 27 de abril y 4 de mayo	Centro de Mayores "Leganés II"	Leganés	31
13,20 y 27 de abril y 4 de mayo	Centro de Mayores "Puente de Toledo"	Madrid	40
11,13,18 y 20 de mayo	CEPA "Fuencarral"	Madrid	45
11,18 y 25 de mayo y 1 de junio	CEPA "Cid Campeador"	Madrid	45
24 y 31 de mayo y 7 y 14 de junio	CEPA "San Martín de la Vega"	Villaconejos	24
2,9,16 y 23 de noviembre	Ayto. de Getafe	Getafe	26
3,10,17 y 24 de noviembre	Ayto. de Getafe	Getafe	28
4,11,18 y 25 de noviembre	Centro de Mayores "Puente de Vallecas"	Madrid	24
5,12,19 y 26 de noviembre	CEPA "Mancomunidad del Suroeste"	Humanes	40
11,22,25 y 26 de noviembre	Ayto. de Fuenlabrada	Fuenlabrada	36

CHARLAS

Fecha	Tema	Entidad Solicitante	Localidad de celebración	Asist.
13-febre	Publicidad y Derechos de los Consumidores	CEPA Aluche	Madrid	70
25-febre	Consumo Sostenible	CEPA Sierra Guadarr.	Collado Med.	16
8-marzo	Etiquetado de los Alimentos	CEPA Las Rosas	Madrid	32
11-marz	Los "Nuevos Alimentos" o Preparados Dietéticos	CEPA Cid Campeador	Madrid	30
16-marz	Productos Milagro	CEPA Daoiz y Velarde	Madrid	18
18-marz	Alimentación y Nutrición	CEPA Centro	Madrid	30
23-marz	Los "Nuevos Alimentos" o Preparados Dietéticos	CEPA Daoiz y Velarde	Madrid	25
29-marz	El Viajero más protegido	OMIC Villan. del Pardillo	Vill.del Pardillo	3
30-marz	Organismos de Defensa del Consumidor	CEPA Oporto	Madrid	30
14-abril	Claúsulas Abusivas de los Contratos	Ayto. de Brunete	Brunete	33
15-abril	Alimentación y Nutrición	CEPA Joaquín sorolla	Madrid	32
15-abril	Productos Milagro y los "Nuevos Alimentos"	CEPA Navalcarnero	Navalcarnero	28
16-abril	Alimentación y Nutrición	C.M. Virgen de Begoña	Madrid	32
19-abril	Los "Nuevos Alimentos o Preparados Dietéticos	CEPA El Pontón	Coll.Villalba	43
21-abril	Consumo Sostenible	CEPA Centro	Madrid	32
21-abril	El Consumidor ante diferentes situaciones de compra	CEPA Navalcarnero	Navalcarnero	28
22-abril	Productos Milagro	CEPA José L. Sampedro	Aranjuez	51
22-abril	Los "Nuevos Alimentos" o Preparados Dietéticos	CEPA Joaquín Sorolla	Madrid	82
26-abril	Productos Milagro	CEPA El Pontón	Coll. Villalba	32

26-abril	El Consumidor y las Nuevas Tecnologías	CEPA Don Juan I	Alcalá Henar	20
28-abril	Productos Milagro	CEPA Buitrago	Buitrago	20
29-abril	Productos Milagro	CEPA José L.Sampedro	Aranjuez	20
03-mayo	Consumo Sostenible	Ayto. de Brunete	Brunete	36
06-mayo	Servicios de Reparaciones	CEPA Don Juan I	Alcalá Henar	45
06-mayo	Servicios de Reparaciones	C.M. Leganés I	Leganés	18
07-mayo	Consumo Sostenible	CEPA Oporto	Madrid	45
10-mayo	Consumo Sostenible	CEPA Majadahonda	Majadahonda	24
10-mayo	Etiquetado de los Alimentos	C.M. Leganés II	Leganés	0
12-mayo	El Consumidor ante diferentes situaciones de Compra	C.M. Puente de Vallecas	Madrid	45
14-mayo	Alimentación y Nutrición	C.M. Getafe I	Getafe	15
19-mayo	Productos Milagro	CEPA Cid Campeador	Madrid	25
20-mayo	Consumo Sostenible	CEPA Majadahonda	Majadahonda	18
24-mayo	Consumo Sostenible	CEPA Torres Alameda	Villalbilla	16
24-mayo	Ahorro y Liberalización Energética	CEPA Torres Alameda	Villalbilla	16
26-mayo	El Consumidor ante diferentes situaciones de Compra	CEPA San Martín de la Vega	Colmenar O.	28
27-mayo	Los Contratos de Suministros Domésticos	CEPA S.Martín de la V.	Colmenar O.	15
28-mayo	Productos Milagro	Ayto. de Galapagar	Galapagar	5
02-junio	Publicidad y Derechos de los Consumidores	C.M. Tetuán	Madrid	20
02-junio	Servicios Bancarios	CEPA Buen Gobernador	Torrejón Ardoz	58
03-junio	Productos Milagro	CEPA Buen Gobernador	Torrejón Ardoz	20
08-junio	El Consumidor y las Nuevas Tecnologías	CEPA Villaverde	Madrid	15
09-junio	El Viajero más protegido	C.M. Tetuán	Madrid	18
09-junio	El Consumidor ante diferentes situaciones de compra	CEPA Orcasitas	Madrid	35
23-junio	Servicios Bancarios	C.M. Leganés I	Leganés	29
13-octub	Alimentación y Nutrición	C.M. Puente de Vallecas	Madrid	28
19-octub	Alimentación y Nutrición	CEPA Orcasitas	Madrid	41
20-octub	Organismos de Defensa del Consumidor	Ayto. de Getafe	Getafe	25
20-octub	Publicidad y Derechos de los Consumidores	Ayto. S. Martín Valdeigl.	S. Martín Vald	25
21-octub	Productos Milagro	OMIC de Fuenlabrada	Fuenlabrada	18
26-octub	Publicidad y Derechos de los Consumidores	Ayto. de Getafe	Getafe	18
26-octub	Productos Milagro	CEPA Tetuán	Madrid	45
27-octub	El Consumidor ante diferentes situaciones de compra	OMIC de Fuenlabrada	Fuenlabrada	15
29-octub	Productos Milagro	CEPA Agustina Aragón	Móstoles	10
04-novb	Introducción a la Ley Gral. Para la Defensa de los Consumidores y Usuarios	CEPA Villaverde	Madrid	52
05-novb	Los Contratos de Suministro Doméstico	CEPA José L Sampedro	Madrid	42
10-novb	El Consumidor ante diferentes situaciones de compra	Universidad Popular	Torrejón de Ardoz	30
15-novb	El Consumidor ante diferentes situaciones de compra	Universidad Popular	Torrejón de Ardoz	43
16-novb	Los Servicios Bancarios	CEPA José L Sampedro	Madrid	48
18-novb	Consumo Sostenible	CEPA Tetuán	Madrid	78
23-novb	Consumo Sostenible	CEPA Joaquín Sorolla	Madrid	70
24-novb	Etiquetado de los Alimentos	CEPA Oporto	Madrid	35

4.1.4. Educación para personas mayores

Como en años anteriores y en colaboración con el Instituto Nacional del Consumo, se celebró una Jornada de Consumo para Personas Mayores, bajo el título “**Consumir con Garantías**”.

Tuvo lugar el día 5 de mayo, en el Salón de Actos del Canal de Isabel II, y contó con la participación de 128 mayores procedentes de los municipios de Alcobendas, Brunete, Coslada, Getafe, Pozuelo de Alarcón y Velilla de San Antonio

La metodología de la Jornada consistió en la presentación y debate de los temas tratados entorno a dos mesas redondas de tres ponentes cada una, siendo el programa de la misma el siguiente:

- CONSUMO RACIONAL DE LA ENERGÍA
(Mesa Redonda)
 1. Consumo eficiente
 2. Etiquetado Energético
 3. Energías alternativas
- EL DERECHO A LA INFORMACIÓN EN MATERIA DE:
(Mesa Redonda)
 1. Garantías de productos y servicios
 2. Seguridad de productos y servicios
 3. Criterios de decisión (económicos, comparativos, publicitarios, sociológicos...).

4.1.5. Otras actuaciones.

□ **Colaboración técnica:**

Se ha participado en la fase final del borrador del “Plan Regional de Promoción y Educación para la Salud en Centros Educativos de la Comunidad de Madrid”, en aquellos aspectos referidos a Consumo en su dimensión educativa.

Se ha participado en una de las jornadas de revisión del “Libro blanco de la Salud Pública en la Comunidad de Madrid”.

□ **Servicio de Pedagogía:**

Se han entregado materiales o contestado a preguntas acerca de materiales educativos de que dispone el servicio, de origen propio o de otras Administraciones. El número de solicitudes atendidas se estima en 11.

□ **Acciones de atención a los centros escolares:**

La dinámica propia del trabajo educativo ha requerido la atención de llamadas de información sobre las mismas, que se estiman en unas 400.

□ **Exposición “Consumo responsable – Desarrollo sostenible – Comercio Justo”:**

Esta exposición es un proyecto ideado con motivo de haber convocado la Comisión Europea el Año Europeo del Minusválido durante 2003. El objetivo era realizar acciones para minusválidos durante este año, conservando el material para su uso en años sucesivos con otro tipo de colectivos.

La exposición presenta y recorre, con el apoyo de un monitor y un cuaderno adaptado a las características de estos grupos, varios aspectos de las tres áreas que estudia.

En 2004 esta exposición se puso a disposición de los Servicios Municipales de Consumo, para que, en el marco de los convenios de colaboración la utilizaran. El resultado ha sido que se han realizado 252 ediciones de esta exposición con un total de participantes que ascendió a 3.900 escolares de educación primaria y

4.2. FORMACIÓN DE ESPECIALISTAS EN CONSUMO.

4.2.1. Formación Continuada de Especialistas en Consumo:

♦ En colaboración con el Instituto Nacional de Consumo y dentro del Plan de Formación para los Profesionales de Consumo 2003-2006, la Dirección General de Salud pública, Alimentación y Consumo organizó dos cursos: **“Contratación y Adquisición de Productos y Servicios Telemáticos”** y **“Garantías”**.

- “Contratación y Adquisición de Productos y Servicios Telemáticos.”

Tuvo lugar los días 14,15 y 16 de junio, en el Aula de Consumo de la Dirección General y asistieron 35 personas: 29 especialistas de la Administración Autonómica y Local de la Comunidad de Madrid, y 6 especialistas procedentes de otras Comunidades Autónomas (Castilla –La Mancha, Andalucía, Cantabria y Castilla – León).

- “Garantías “

En el que se analizó en profundidad la Ley 23/2003, de 10 de julio, de Garantías en la Venta de Bienes de Consumo .

Se celebró los días 25, 26 y 27 de octubre, contando con la asistencia de 38 profesionales procedentes de Canarias, Castilla-La Mancha, Castilla-León, Extremadura y Madrid.

♦ Curso de la Escuela Complutense de Verano sobre **“La Defensa de los Derechos de los Consumidores y Usuarios”**, 2ª edición.

Dando cumplimiento a unos de los objetivos del Plan Estratégico para la Defensa del Consumidor 2002-2005, el de profesionalizar al personal de las Asociaciones de Consumidores y potenciar la participación de las Corporaciones Locales en la Política de Consumo, se organizó durante el mes de julio la segunda edición del Curso de la Escuela Complutense de Verano, de 100 horas lectivas, en colaboración con la Fundación General de la Universidad Complutense de Madrid. Al mismo asistieron técnicos de las Oficinas Municipales de Información al Consumidor de la Comunidad de Madrid y personal de Asociaciones de Consumidores, entre otros alumnos matriculados.

5. FOMENTO DE LA POLÍTICA REGIONAL DE CONSUMO

1. *COMISIÓN REGIONAL DE POLÍTICA DE CONSUMO.*
2. *II ENCUENTROS DE OMIC DE LA COMUNIDAD DE MADRID*
3. *PROYECTO ALCANCE 2002-2005.*
4. *APOYO FINANCIERO A LOS SERVICIOS MUNICIPALES DE CONSUMO.*
5. *REGISTRO DE SERVICIOS MUNICIPALES DE CONSUMO*

5.1. COMISIÓN REGIONAL DE POLÍTICA 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 del Pleno, cuyos miembros son los concejales de consumo de aquellos ayuntamientos que disponen de Servicios Municipales de Consumo presidido por el Director General, y de los Grupos de Trabajo, constituidos por los responsables de las distintas áreas de los Servicios Municipales de Consumo y de la Dirección General, que son Información y Reclamaciones, Arbitraje, Normativa, Formación y Educación, y Control de Mercado.

a) Pleno.

El Pleno se reunió el 20 de octubre de 2004 en la sala Maria Zambrano del Círculo de Bellas Artes, y se trató, principalmente de las conclusiones obtenidas en los "II Encuentros de OMIC de la Comunidad de Madrid" y la presentación del borrador del Plan Integral para la Protección del Consumidor de la Comunidad de Madrid 2004-2007.

A dicha convocatoria acudieron Concejales de Consumo de distintos Ayuntamientos así como técnicos de OMIC, siendo presidida por Dº Agustín Rivero Cuadrado, Director General de Salud Pública, Alimentación y Consumo.

A esta primera cita con los diferentes responsables de consumo, acudió el Excmo. Sr. D. Manuel Lamela Fernández, Consejero de Sanidad y Consumo, quien presentó el Plan Integral para la Protección de los Consumidores de la Comunidad de Madrid, haciendo entrega del mismo a los Concejales de Consumo y solicitando sus aportaciones al Plan.

b) Grupos de Trabajo.

En el año 2004 y dependiente de la Comisión Regional de Política de Consumo, se han convocado los siguientes grupos de trabajo:

□ Grupo de Trabajo de Información y Reclamaciones

En el área de información se ha trabajado en el año 2004, en la elaboración de los contenidos de los folletos en relación con el Programa Regional de Información de este año. Se ha reunido en 7 ocasiones.

El subgrupo de Trabajo de Reclamaciones, trabajó a lo largo de 2004 en la actualización del Manual de Tramitación de Reclamaciones.

□ Grupo de trabajo de Formación y Educación

En la reunión mantenida se trabajó en el Programa Regional de Formación y Educación.

□ **Grupo de Trabajo de Control de Mercado**

Este grupo de trabajo se convocó en cuatro ocasiones trabajando en los Programas Regionales de Inspección y Control de Mercado, creándose los siguientes subgrupos de trabajo: **Calidad en la Inspección**, con tres convocatorias, **Ley de Garantías**, **Seguridad** con dos convocatorias y **Cláusulas abusivas** con una convocatoria.

5.2. II ENCUENTROS DE OMIC DE LA COMUNIDAD DE MADRID.

La Dirección General de Salud Pública, Alimentación y Consumo de la Consejería de Sanidad y Consumo, organizó los **II Encuentros de OMIC de la Comunidad de Madrid** con el lema "*Propuesta de Acciones para el futuro*" el día 19 de octubre de 2004 en el Euroforum-Infantes de San Lorenzo del Escorial.

Concebidos como un punto de encuentro, debate y propuestas de nuevas líneas de acción, los objetivos perseguidos eran:

1º. Analizar y debatir sobre el funcionamiento de las estructuras administrativas y acerca de las áreas temáticas de protección de los consumidores, en el ámbito de la Comunidad de Madrid.

2º. Evaluar los resultados y logros alcanzados formulándose las líneas de acción y propuestas de mejora para los próximos años.

El acto contó con la asistencia de responsables y técnicos de las Oficinas Municipales de información al Consumidor de la Comunidad de Madrid inscritas en el Registro de Servicios de Consumo de la Comunidad de Madrid, de la Dirección General de Salud Pública, Alimentación y Consumo.

El II Encuentro, desde el punto de vista metodológico, se desarrolló alrededor de cuatro *Mesas de Debate* enmarcadas en las siguientes Áreas Temáticas: **Información y Reclamaciones; Formación y Educación, Inspección y Control de Mercado y Arbitraje.**

Al final de la jornada se hicieron públicas y se recogieron en un documento los análisis sobre la situación actual de partida y las propuestas de futuro en función de su inclusión dentro de las líneas de acción del Plan Integral para la Protección del Consumidor de la Comunidad de Madrid 2005-2007.

Las conclusiones se exponen a continuación de forma resumida:

□ **Área Temática de Información y Reclamaciones:**

- Implantación de una Red de alertas de Información y reclamaciones, cuyo objetivo sea detectar y resolver problemas de trascendencia regional y fijar criterios de funcionamiento.
- Simplificar los procedimientos de presentación y justificación de convenios y subvenciones.
- Establecer una propuesta de acreditación de OMIC, los contenidos de una INTRANET y estudiar y proponer una regulación del procedimiento de la mediación.

□ **Área Temática de Formación y Educación:**

- Promover la educación al consumidor dentro de la enseñanza reglada no universitaria mediante un programa educativo y curricular que garantice la formación integral del alumno en consumo.

- Institucionalizar la colaboración de las administraciones responsables de consumo y educación, incentivando la participación del profesorado.
- Elaboración de materiales didácticos e informatización de los existentes.
- Creación de un Centro de Formación y Educación en Consumo.
- Impulsar la Red Europea de Educación al Consumidor.
- Propiciar el desarrollo de las políticas municipales de educación al consumidor.
- Desarrollo de un Plan de Formación para las Asociaciones de Consumidores u fomentar su colaboración en los proyectos educativos.
- Establecimiento de los criterios necesarios para que los ayuntamientos realicen sus actuaciones con calidad: perfil del profesional de consumo, recursos humanos necesarios para el desarrollo de las competencias.
- Realización de campañas info-educativas en medios de comunicación.

□ **Área Temática de Inspección y Control de Mercado:**

- Potenciar la información a través de la página web: campañas de inspección, campañas programadas y sus resultados y productos en red de alerta.
- Mayor coordinación entre las distintas áreas de consumo de la Comunidad de Madrid.
- Identificación de sectores conflictivos, grupos de población sensibles para emprender actuaciones preventivas y de control, aumentando la coordinación con otras administraciones implicadas.
- Canalizar la información captada por los Servicios de Atención al Consumidor en temas especialmente sensibles y definir actuaciones con cronograma.
- Replanteamiento de las actuaciones inspectoras sobre todo en seguridad de productos.
- Incrementar dotación presupuestaria para recursos humanos.

□ **Área Temática de Arbitraje:**

- Promoción del Sistema Arbitral de Consumo entre los consumidores.
- Potenciar la formación de los árbitros tanto de las Asociaciones de Consumidores como de las Empresariales.
- Mejorar la transmisión de información de las administraciones competentes en arbitraje de consumo, principalmente en relación con la remisión de los contenidos de las ofertas públicas de adhesión de las empresas.
- Definición de criterios homogéneos en cuanto a la admisión de solicitudes y contenido mínimo de los laudos.
- Elaboración de un modelo único de solicitud de arbitraje.
- Estudio en la comisión de Juntas Arbitrales del Instituto Regional de Arbitraje de Consumo (IRAC) de criterios homogéneos de funcionamiento, de remisión de laudos de interés, de la posibilidad de incluir en el logotipo de adhesión de las exclusiones o limitaciones de las empresas.
- Conocimiento de la política del Instituto Nacional del Consumo (INC) sobre creación de nuevas Juntas Arbitrales municipales.

5.3. PROYECTO ALCANCE 2002-2005.

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 (OMIC) y las Juntas Arbitrales Municipales 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 ya constituidas, por existir en la región un elevado número de municipios en los que, por su 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).

Las líneas básicas de actuación de este Proyecto son las siguientes:

- **Creación de nuevas y mejora de los servicios prestados por las Oficinas Municipales de Información al Consumidor (OMIC).**

En el año 2004, no se ha inaugurado ninguna nueva OMIC, pero se ha mantenido el apoyo para la mejora constante de su funcionamiento a través de los convenios de colaboración y las subvenciones.

- **Creación de Oficinas Regionales de Información al Consumidor (ORIC).**

Durante 2004 no se ha puesto en marcha ninguna ORIC, pero se han mantenido en funcionamiento las creadas en 2003, mediante convenios de colaboración suscritos con Asociaciones de Consumidores del Consejo de Consumo, son las siguientes:

- Mancomunidad "**La Maliciosa**" que lo componen los siguientes municipios: Becerril de la Sierra, Cercedilla, Collado-Mediano, Guadarrama, Los Molinos y Navacerrada. Gestionada por la Asociación de Amas de Casa, Consumidores y Usuarios "Ascensión Sedeño".
- Mancomunidad de "**Los Pinares**" compuesta por los municipios de: Aldea del Fresno, Cadalso de los vidrios, Cenicientos, Colmenar de Arroyo, Chapinería, Navas del Rey, Pelayos de la Presa, Rozas de Puerto Real, San Martín de Valdeiglesias y Villa del Prado. Gestionada por la Federación de Usuarios y Consumidores de la Comunidad de Madrid.
- Mancomunidad de Servicios del "**Suroeste de Madrid**" compuesta por los municipios de: Arroyomolinos, Batres, Cubas de la Sagra, Casarrubuelos, Griñón, Humanes de Madrid,

Moraleja de Enmedio, Serranillos del Valle, Torrejón de la Calzada y Torrejón de Velasco. Gestionada por la Confederación de Consumidores y Usuarios de la Comunidad de Madrid.

- Mancomunidad "**Misecam**" compuesta por los municipios de: Belmonte del Tajo, Brea de Tajo, Carabaña, Estremera, Fuentidueña de Tajo, Orusco de Tajuña, Perales de Tajuña, Tiernes, Valdaracete, Valdelaguna, Valdilecha, Villamanrique, Villarejo de Salvanés. Gestionada por la Unión de Consumidores de la Comunidad de Madrid.

Dentro del marco de colaboración y cooperación, cada Asociación de Consumidores, desarrolló las siguientes actuaciones:

a) Información, ayuda, orientación y asesoramiento sobre los derechos y obligaciones de los consumidores. Atención de consultas.

b) Recepción y registro de reclamaciones y denuncias en materia de consumo, tramitación de la misma incluida mediación, y en su caso, traslado al órgano competente para su resolución.

c) Información y difusión del Sistema Unificado de Reclamaciones, regulado por el Título II, Capítulo I, del Decreto 152/2001, de 13 de septiembre, por el que se aprueba el Reglamento de la Ley 11/98. Para ello informará a los empresarios y profesionales ubicados en los Municipios de la Mancomunidad sobre la obligación de disponer de Hojas de Reclamaciones y Carteles Informativos, y facilitará el acceso a los mismos a través de la entrega del impreso oficial de solicitud, así como informando sobre los requisitos necesarios para su obtención.

d) Formación y Educación de los consumidores de la Mancomunidad a través del desarrollo y difusión de los programas formativos-educativos de la Dirección General de Consumo aprobados para el ejercicio 2003.

e) Fomento y difusión del Sistema Arbitral de Consumo como mecanismo extrajudicial de resolución de conflictos. Favoreciendo el acceso de los consumidores al mismo y la adhesión de los empresarios de la Mancomunidad al sistema, facilitándoles el documento oficial de adhesión.

5.4. APOYO FINANCIERO A LOS SERVICIOS MUNICIPALES DE CONSUMO.

Se instrumenta a través de las siguientes líneas.

5.4.1. Convenios de Colaboración suscritos en el año 2004 entre la Consejería de Sanidad y Consumo y las Entidades Locales de la Comunidad de Madrid.

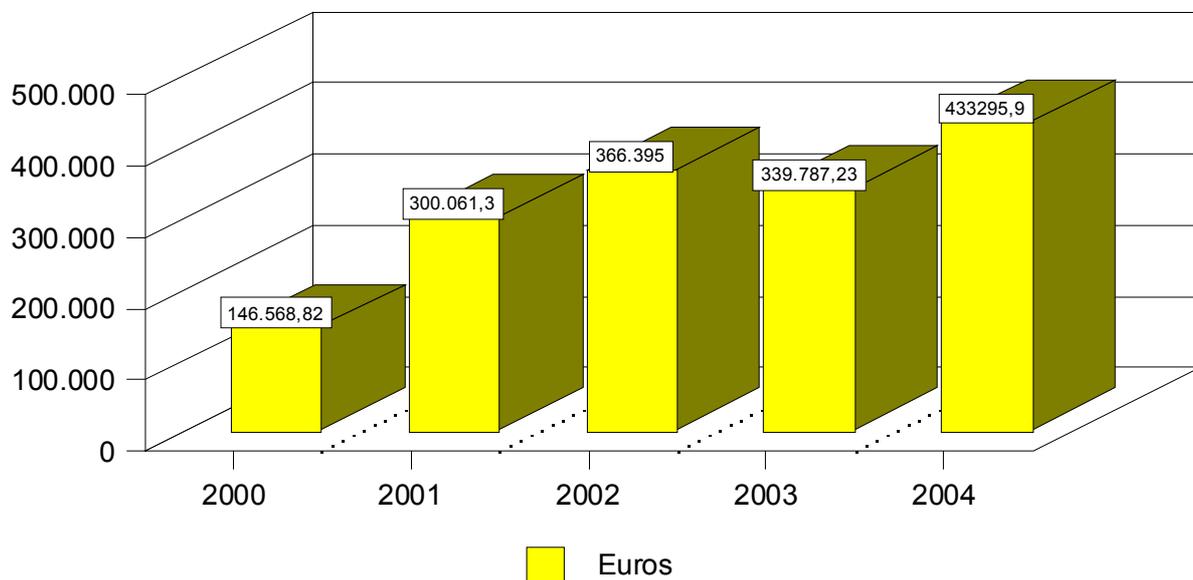
Dando cumplimiento al objetivo del Plan Estratégico de Protección al Consumidor 2002-2005 correspondiente a potenciar la participación de las Corporaciones Locales en la política de consumo, la Comunidad de Madrid a través de la Consejería de Sanidad y Consumo, firmó Convenios de Colaboración con los Ayuntamientos inscritos en el Registro de Servicios Municipales de Consumo, de la Dirección General de Consumo, en materia de defensa del Consumidor, concretamente para desarrollar el Programa Regional de Política de Consumo aprobado, para el ejercicio 2004.

MUNICIPIOS	IMPORTE DEL CONVENIO
ALCALÁ DE HENARES	4.520
ALCOBENDAS	34.075,25
ALCORCÓN	15.335
ALGETE	10.233
ARGANDA DEL REY	14.684
BOADILLA DEL MONTE	10.901,89
BRUNETE	10.312,39
COLLADO VILLALBA	8.320
COLMENAR VIEJO	13.749,89
COSLADA	2.555
FUENLABRADA	4.460
GALAPAGAR	15.041
GETAFE	36.578,36
HUMANES DE MADRID	3.050
MAJADAHONDA	19.895
MEJORADA DEL CAMPO	15.395
MORALZARZAL	2.920
MÓSTOLES	24.300
NAVALCARNERO	11.980
PARLA	7.420
PINTO	19.075
POZUELO DE ALARCÓN	11.557,04
RIVAS VACIAMADRID	19.455
S. AGUSTÍN DE GUADAL IX	2.762,50
S. FERNANDO DE HENARE	6.533
S. LORENZO DEL ESCORIAL	17.034
SAN MARTÍN DE LA VEG	14.698
S. SEBASTIÁN DE LOS REYES	9.835
TORREJÓN DE ARDOZ	17.188
TORRELODONES	3.260
TRES CANTOS	16.953,38
VALDEMORO	11.354,20
VILLANUEVA DE LA CAÑADA	9.216
VILLANUEVA DEL PARDILLO	5.015
VILLAVICIOSA DE ODÓN	3.634
TOTALES	433.295,9

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.

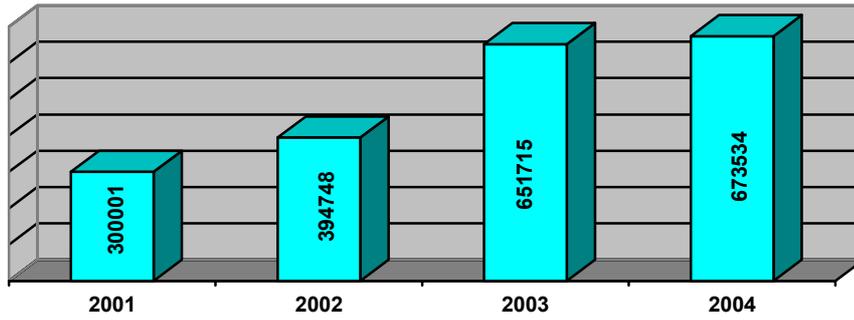
□ **Comparativo Convenios de Colaboración en Materia de Consumo con Ayuntamientos (2000-2004)**



5.4.2. Subvenciones a Corporaciones Locales en Materia de Consumo

Al amparo de la Orden 463/2004, de 11 de mayo, de la Consejería de Sanidad y Consumo, modificada por Orden 1326/2004, de 27 de octubre, por la que se regulaban las subvenciones para financiar gastos de los Servicios de Consumo de Entidades Locales de la Comunidad de Madrid, durante el ejercicio 2004 se concedieron un total de 350.000 Euros para financiar gastos corrientes y 462.435 Euros para gastos de inversión entre las Entidades solicitantes, según reparto recogido en tabla adjunta:

ENTIDAD	GASTOS CORRIENTES	GASTOS INVERSIÓN	TOTAL
OAL	5.879,22	0	5.879,22
CIEMPOZUELOS			
PINTO	5.869,60	0	5.869,60
GALAPAGAR	2.789,82	3.973,19	6.763,01
TRES CANTOS	16.698,37	6.277,90	22.976,27
COLLADO VILLALBA	2.289,98	9.322,73	11.612,71
MORALZARZAL	0	1.752	1.752
COLMENAR VIEJO	3.870,69	3.372,51	7.243,20
TORREJÓN DE	6.245,65	7.364,79	13.610,44
ARDOZ			
BRUNETE	5.730	11.081,68	16.811,68
TORRELODONES	8.857,15	12.017,76	20.874,91
S.SEBASTIÁN DE	4.281,80	14.791,41	19.073,21
LOS REYES			
S. MARTÍN DE LA	1.400	9.430	10.830
VEGA			
COSLADA	16.173,99	11.348,63	27.522,62
S. FERNANDO DE	15.116,40	12.535	27.651,40
HENARES			
GETAFE	35.555,88	32.048,55	67.604,43
HUMANES DE	9.015,18	11.467,99	20.483,17
MADRID			
VILLANUEVA DEL	22.355,92	13.895,26	36.251,18
PARDILLO			
MANCOMUNIDAD	31.988,80	0	31.988,80
HENARES-JARAMA			
ALCALÁ DE	0	14.053,62	14.053,62
HENARES			
S. AGUSTÍN DE	10.150	0	10.150
GUADALIX			
VILLANUEVA DE LA	1.500	0	1.500
CAÑADA			
S. LORENZO DEL	6.584,94	7.196	13.780,94
ESCORIAL			
LEGANÉS	0	7.216	7.216
NAVALCARNERO	8.700	10.187,12	18.887,12
POZUELO DE	6.325	6.806,33	13.131,33
ALARCÓN			
FUENLABRADA	0	11.900,44	11.900,44
BOADILLA DEL	5.523,33	11.430,12	16.953,45
MONTE			
VALDEMORO	2.597,96	11.449,56	14.047,52
ARGANDA DEL REY	5.865,83	9.688,40	15.554,23
LAS ROZAS	4.600	1.811,92	6.411,92
RIVAS-	21.000	12.298	33.298
VACIAMADRID			
EL ESCORIAL	0	11.699	11.699
MEJORADA DEL	3.108,81	9.031,04	12.139,85
CAMPO			
ALCORCÓN	4.250	12.000	16.250
ALGETE	4.195,27	11.857,78	16.053,05
MÓSTOLES	274,88	21.774,36	22.049,24
PATRONATO	12.065,12	44.188,50	56.253,62
SALUD E INTEGR.			
ALCOBENDAS			
ARANJUEZ	2.600	4.806,36	7.406,36
TOTALES	293.459,59	380.073,95	673.533,54



□ **Comparativo subvenciones a Corporaciones Locales (2001-2004)**

5.5. REGISTRO DE SERVICIOS MUNICIPALES DE CONSUMO.

En el año 2004 no se ha producido ninguna incidencia.

6. FOMENTO Y APOYO AL MOVIMIENTO ASOCIATIVO

- 1- APOYO FINANCIERO A ASOCIACIONES DE CONSUMIDORES.
- 2- OTRAS ACTUACIONES CON ASOCIACIONES DE CONSUMIDORES.
- 3- REGISTRO DE ASOCIACIONES DE CONSUMIDORES DE LA COMUNIDAD DE MADRID.
- 4- PROYECTO ALCANCE 2002-2005.

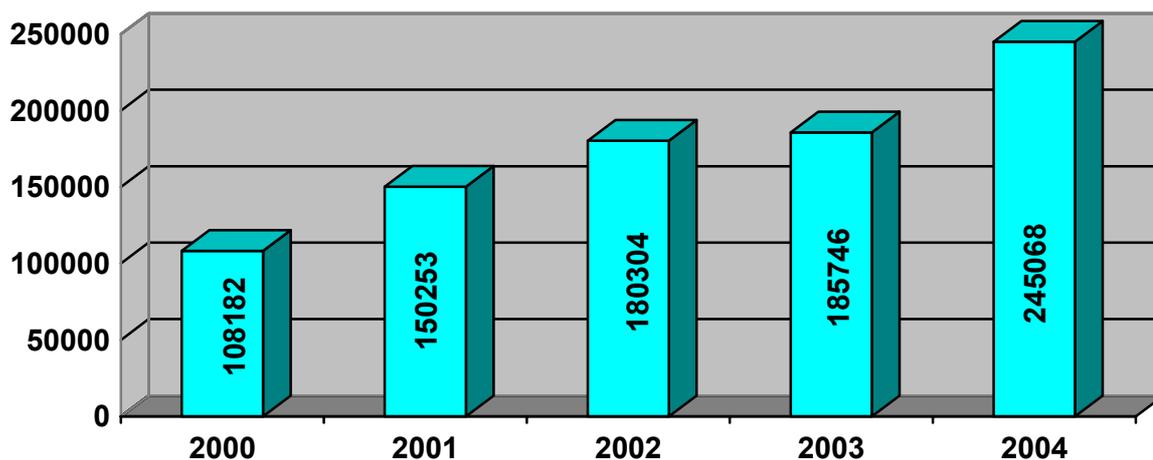
6.1- APOYO FINANCIERO A ASOCIACIONES DE CONSUMIDORES.

El fomento del asociacionismo de consumo se promueve a través de la financiación de actividades de las Asociaciones de Consumidores inscritas en el Registro de Asociaciones de Consumidores de la Comunidad de Madrid. Los instrumentos y los resultados en el año 2004 son los siguientes:

6.1.1. Subvenciones a Asociaciones de Consumidores.

Al amparo de la Orden 462/2004, de 11 de mayo, de la Consejería de Sanidad y Consumo, modificada por Ordenes 1081/2004, de 10 de septiembre y 1213/2004, de 6 de octubre, por la que se establece el régimen de concesión de subvenciones, en materia de consumo, a Organizaciones de Consumidores de la Comunidad de Madrid, en el ejercicio 2004 se otorgaron ayudas por importe de 245.068,31 Euros a las Asociaciones solicitantes según cuantías recogidas en tabla adjunta, para financiar gastos de los programas de Infraestructura, Asistencia a consumidores y Formación/ Información.

ASOCIACIÓN	INFRA ESTRUCTURA	ASIT.	INFORMACION FORMACION	TOTAL
FRAVM-FEDERACIÓN REGIONAL DE ASOCIACIONES DE VECINOS DE MADRID	---	7.000	---	7.000
UCE- UNIÓN DE CONSUMIDORES DE LA COMUNIDAD DE MADRID	5.000	21.799,05	7.713,51	34.512,56
ASGECO-UNCUMA – ASOCIACIÓN GENERAL DE CONSUMIDORES UNIÓN DE COOP. DE CONSUMIDORES Y USUARIOS DE MADRID	---	25.152,75	---	25.152,75
EUROCONSUMO COMUNIDAD DE MADRID – UNIÓN DE CONSUMIDORES EUROPEOS DE LA COMUNIDAD DE MADRID	----	9.054,99	4.795	13.849,99
AACCU- ASOCIACIÓN DE AMAS DE CASA, CONSUMIDORES Y USUARIOS DE LA COMUNIDAD DE MADRID	3.200	26.829,60	12.105,82	42135,42
CECU – CONFEDERACIÓN DE CONSUMIDORES Y USUARIOS DE MADRID	1.850	16.768,50	18.474,59	37.093,09
AUSBANC CONSUMO- ASOCIACION DE USUARIOS DE MADRID	----	10.061,10	11.424,94	21.486,04
FUCI – FEDERACIÓN DE USUARIOS CONSUMIDORES INDEPENDIENTES DE LA COMUNIDAD DE MADRID	---	25.152,75	8.551,92	33.704,67
ADICAE MADRID – ASOCIACIÓN DE USUARIOS DE BANCAS, CAJAS Y SEGUROS	1.559	20.122	8.452,59	30.133,79
Total 245.068,31 €				



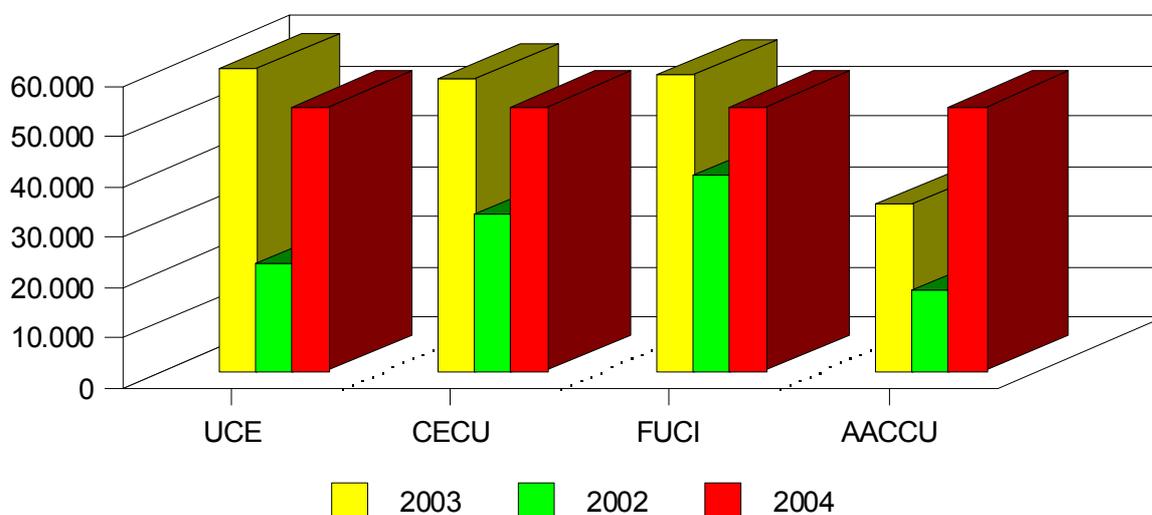
□ **Comparativo subvenciones a Asociaciones de Consumidores (2000-2004)**

6.1.2. Convenios de Colaboración suscritos por la Consejería de Sanidad y Consumo y Asociaciones de Consumidores en materia de Defensa del Consumidor.

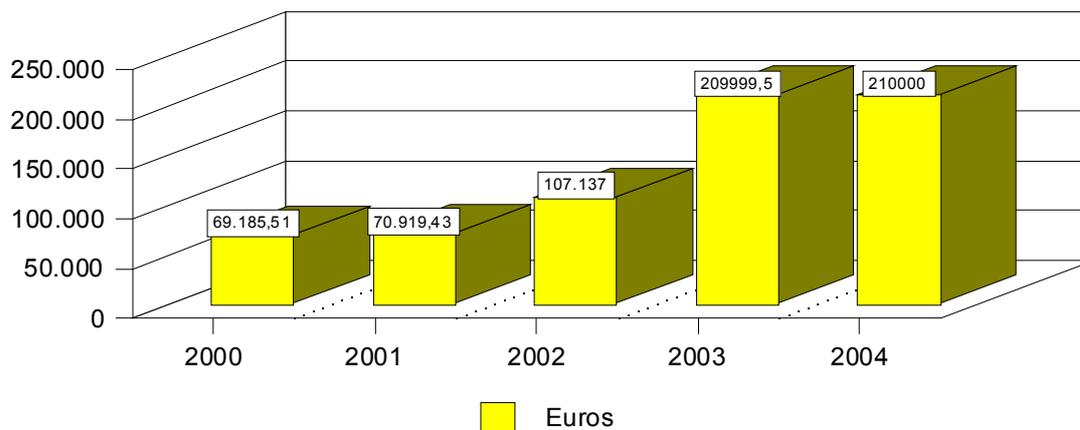
En cumplimiento de lo contemplado en el Proyecto Alcance de la Comunidad de Madrid, en el ejercicio 2004 se continuó prestando servicio en las Mancomunidades de Municipios de: “ La Maliciosa”, “ Los Pinares “, “ Misecam “y “ Suroeste de Madrid “, a través del funcionamiento de las Oficinas Regionales de Información al Consumidor atendidas por las Asociaciones de Consumidores que firmaron Convenio de Colaboración, en defensa del consumidor, con la Consejería de Sanidad y Consumo, según tabla adjunta:

ASOCIACIÓN	MANCOMUNIDAD	IMPORTE
UCE-MADRID	Misecam	52.500 €
CECU-MADRID	Suroeste de Madrid	52.500 €
AACCU	La Maliciosa	52.500 €
CICM (FUCI)	Los Pinares	52.500 €

Convenios con Asociaciones de Consumidores (2002-2003)



Comparativo Convenios Acus



6. 2- OTRAS ACTUACIONES CON LAS ASOCIACIONES DE CONSUMIDORES

6.2.1. I FORO DE ORGANIZACIONES DE CONSUMIDORES DE LA COMUNIDAD DE MADRID.

La Dirección General de Salud Pública, Alimentación y Consumo de la Consejería de Sanidad y Consumo de la Comunidad de Madrid, organizó el **I FORO DE LAS ORGANIZACIONES DE CONSUMIDORES DE LA COMUNIDAD DE MADRID**, celebrado el día 17 de noviembre de 2004 en el Palacio de Congresos y Exposiciones de Madrid (Paseo de la Castellana de Madrid, 99 Madrid).

Este foro se planteó con los siguientes objetivos:

- Establecer un foro de encuentro periódico entre los ámbitos administrativos con competencias en materia de consumo y los integrantes y representantes de las Organizaciones de Consumidores.
- Analizar las implicaciones jurídicas, financieras y de colaboración de las Organizaciones de Consumidores en el marco de la intervención y coordinación con las Administraciones competentes en materia de consumo.
- Definir principios y propuestas de trabajo de las Organizaciones de Consumidores en relación con el fomento y desarrollo de los sistemas y procesos de protección de los consumidores en el ámbito de la Comunidad de Madrid.

El acto contó con la asistencia de los Presidentes y Secretarios Generales de las Asociaciones de Consumidores inscritas en el Registro de Asociaciones de la Comunidad de Madrid así como de técnicos y personal de las mismas, además de los responsables de las Organizaciones administrativas públicas en materia de Consumo de la Comunidad de Madrid, Ayuntamiento de Madrid y el Instituto Nacional de Consumo (Ministerio de Sanidad y Consumo).

Durante su desarrollo, y en un debate abierto, se plantearon y analizaron tres grandes ideas: el marco legal, el marco de financiación y el ámbito de actuación de las Organizaciones de Consumidores en el contexto de colaboración con las Administraciones Públicas, enmarcadas en la intervención (ponencias) de tres prestigiosos profesores universitarios.

Posteriormente, y en un formato de trabajo en Mesas de Debate, compuestas por un representante de cada una de las Asociaciones de Consumidores inscritas en el Registro de

Asociaciones de Consumidores de la Comunidad de Madrid, se debatieron las propuestas y problemas derivados del ejercicio de la protección de los consumidores a través de los distintos modelos de organizaciones existentes y su relación con las Administraciones Públicas.

A continuación se expone un resumen de las conclusiones:

□ MESA: EL MARCO DE FINANCIACIÓN DE LAS ORGANIZACIONES DE CONSUMIDORES

1ª. Necesidad de fidelizar e incrementar el número de socios.

En el ámbito territorial de la Comunidad de Madrid coexisten Organizaciones de Consumidores muy diferentes tanto en cuanto a su ámbito de actuación, como en cuanto a la antigüedad, en lo que se refiere al funcionamiento, infraestructura, medios económicos, etc, donde el abanico es muy amplio. Además el escaso talante asociativo de la población que se traslada en este caso al ámbito del consumo.

Para ello se precisa fomentar y apoyar el asociacionismo de consumo se plantea desde varios frentes:

- Realizar por parte de la Comunidad de Madrid, campañas de divulgación a los ciudadanos para fomentar el asociacionismo.
- Incrementar la profesionalización de las asociaciones, a través de la formación de los técnicos, de la elaboración de cartas de servicios.

2ª. Necesidad de autofinanciación.

Aunque, hoy por hoy, las Administraciones Públicas han de seguir manteniendo una financiación a infraestructuras aunque, como se incluye en el Objetivo 4 del Plan Estratégico de Protección del Consumidor 2002-2005, ésta ha de ir disminuyendo. Sin embargo ha de ir aumentando la financiación pública a proyectos concretos. Las sugerencias son las siguientes:

- Financiar la participación a Consejo y Comisiones de las Asociaciones de Consumidores.
- Solicitar fondos europeos para proyectos de colaboración: La administración debe liderar los proyectos de colaboración.
- La figura del patrocinio crea, en general, muchos recelos.
- Redefinición de las funciones de las OMIC y las suyas propias, dado el elevado grado de imbricación que existe ante unas y otras.
- Así mismo, se recomienda a las Administraciones Públicas fomenten la realización de espacios de consumo en los medios de comunicación en colaboración con las Asociaciones de Consumidores.

En general, la mesa plantea la necesidad de un marco estable de apoyo financiero de las asociaciones de consumidores, que permita un buen funcionamiento a las Organizaciones de Consumidores.

□ MESA: MARCO LEGAL DE LAS ORGANIZACIONES DE CONSUMIDORES

1º. Modelo abierto en el que tengan cabida todas las modalidades de organizaciones de consumidores existentes, o que se puedan crear (cooperativas, grandes asociaciones, pequeñas asociaciones, etc).

2º. Por tanto, no es precisa una ley específica que regule el asociacionismo de consumo. Basta con aplicar adecuadamente la legislación existente. Lo que sí hay que hacer es clarificar las condiciones y los requisitos para acceder a los registros de Asociaciones de Consumidores, de forma que sólo puedan gozar de los beneficios que la legislación les otorga aquellas que sean realmente asociaciones de consumidores.

3º. Tenemos que trabajar para encontrar criterios objetivos válidos que aúnen todas las características de las organizaciones de consumidores (nº de socios, actividades que desarrollan, representatividad, etc) de cara al otorgamiento de subvenciones, representación en foros, etc.

4º. Las Organizaciones de consumidores mantienen una estrecha colaboración con las Administraciones de Consumo en funciones propias de estas últimas (información, educación y reclamaciones básicamente), por lo que sería bueno que, a cambio, y como contraprestación, las Administraciones apoyasen a las Organizaciones de consumidores en acciones más específicamente suyas, así como en aquellas otras que puedan servir para fidelizar a sus socios (edición y distribución de revistas y publicaciones, actos culturales, jornadas, etc).

□ MESA: AMBITO DE ACTUACIÓN DE LAS ORGANIZACIONES DE CONSUMIDORES EN EL CONTEXTO DE COLABORACIÓN CON LAS ADMINISTRACIONES PÚBLICAS

1º. Es necesario mantener la línea de comunicación iniciada con el Foro de Organizaciones de Consumidores, facilitándose así, de forma continua y permanente, el conocimiento de la percepción de dichas organizaciones frente a las políticas de consumo de las Administraciones Públicas.

2º. Hay que impulsar la participación de las Organizaciones, no sólo en elaboración de las políticas de consumo de la administración, sino también en su ejecución, potenciando la colaboración en las diferentes áreas de actuación en materia de protección de los consumidores (Planificación de campañas de inspección, asesoramiento sobre líneas de subvención, campañas de formación a los consumidores, elaboración de Códigos de Buenas Prácticas, etc).

3º. Apoyo institucional de la formación de técnicos en consumo, de forma general y en especial a aquellos pertenecientes a las Organizaciones de Consumidores, a través de la creación de líneas de ayuda a la formación.

4º. Fomento de la participación y colaboración de las Organizaciones en la actividad institucional de formación e información a los consumidores, a través de la incorporación de espacios conducidos por ellas, y tutelados por la administración, en medios de comunicación públicos.

6.3- REGISTRO DE ASOCIACIONES DE CONSUMIDORES DE LA COMUNIDAD DE MADRID

En el año 2004 no se ha producido ninguna incidencia

6.4- PROYECTO ALCANCE 2002-2005

Las actuaciones de colaboración con las Asociaciones de Consumidores incluidas en el Proyecto Alcance están descritas en el apartado de Corporaciones Locales

DÍA MUNDIAL DEL CONSUMIDOR.

El Día Mundial de los Consumidores que se celebra anualmente el 15 de marzo, se celebró en 2004 realizando acciones conjuntas con el Instituto Nacional de Consumo (INC) consistentes en una jornada de visitas para escolares, a distintas Instituciones de Consumo. Se organizaron tres grupos de escolares, dos seleccionados por el I.N.C. (alumnos de Formación Profesional) y un tercero de la Comunidad de Madrid, perteneciente al Colegio Publico Bolivia, ganador del primer premio de la fase nacional del Certamen Europeo del Joven Consumidor 2003.

Los tres grupos visitaron de manera rotatoria la Dirección General de Salud Pública, Alimentación y Consumo, en donde les fue impartido un Taller de Arbitraje y realizaron conexiones con Colegios Territoriales de Arbitraje mediante video-conferencia, la sede del I.N.C., en donde les mostraron el S.I.T.A.R. (Sistema de Información y Tramitación de Arbitraje por Internet) y , el Laboratorio de Barajas en donde les mostraron las instalaciones.

7. RESOLUCIÓN DE CONFLICTOS

- 1- ATENCIÓN A LOS RECLAMANTES EN LA PRESENTACIÓN DE RECLAMACIONES.
- 2- RECEPCIÓN Y TRAMITACION DE RECLAMACIONES.
- 3- ANÁLISIS DE LAS RECLAMACIONES POR SECTORES.

7.1.- ATENCIÓN PERSONALIZADA A LOS RECLAMANTES.

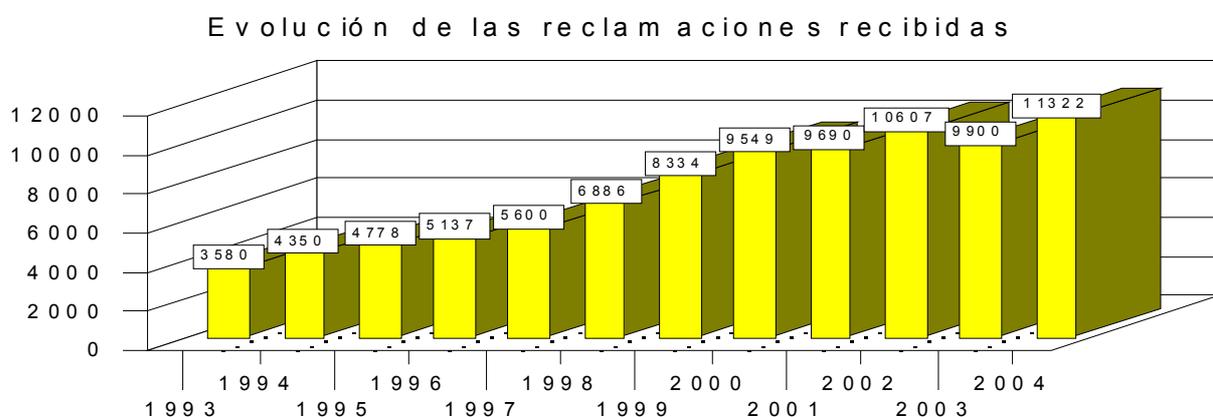
Los ciudadanos que se acercan a nuestra sede a presentar una reclamación, son informados, de forma general, tanto de su tramitación administrativa, como de otras posibles vías de tramitación. En 2004 se ha atendido a **4649 personas**.

7.2- RECEPCIÓN Y TRAMITACION DE RECLAMACIONES

7.2.1. Recepción:

En la Sección de Reclamaciones y Mediación, se receptionan todas las reclamaciones presentadas por los consumidores/usuarios en la Dirección General de Consumo, así como aquellas cuyo origen son las Oficinas Municipales de Información al Consumidor (OMIC), las Oficinas Regionales de Información al Consumidor (ORIC), de otras Comunidades Autónomas, de Asociaciones de Consumidores y de otros organismos de las que nos dan traslado por competencia material.

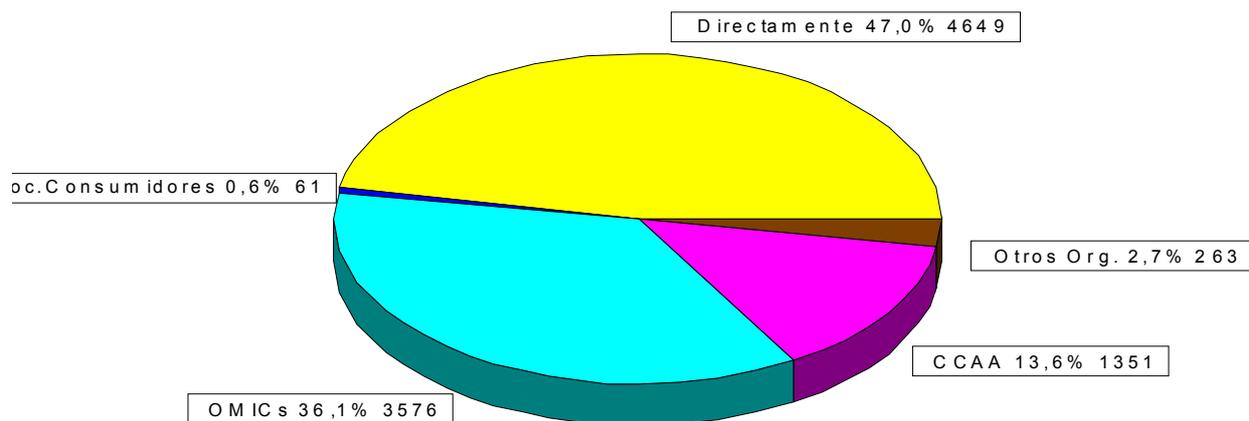
Una vez registradas en la base de datos se codifican según diversos parámetros..



En el año 2004, se han recibido **11.322 reclamaciones /denuncias**, frente a las 9.900 que se recibieron en 2003, lo que supone un incremento del 14,36% de reclamaciones formuladas ante la Dirección General de Consumo,. Este incremento se debe, en parte a que el consumidor cada vez reclama más, y al incremento del volumen de reclamaciones que son remitidas por otras administraciones en virtud de convenios de colaboración, principalmente del Ayuntamiento de Madrid.

A continuación se representa gráficamente el origen de las reclamaciones recibidas.

Origen de las Reclamaciones



7.2.2. Tramitación: Traslado y mediación.

En 2004 han quedado en trámite 1.066 reclamaciones, lo que supone el 9,41% del total de las recibidas

Las reclamaciones, una vez registradas y codificadas, se califican para su traslado al organismo competente.

□ Traslado

Se reciben reclamaciones y denuncias contra empresas de los más variados sectores económicos.

Las reclamaciones cuya competencia corresponde a Consumo se tramitan a través de la mediación y el resto se traslada al organismo competente.

En el caso de las denuncias y comunicaciones procedentes de otras Comunidades Autónomas y de reclamaciones contra empresas reiteradamente reclamadas se dan traslado inmediato al Servicio de Inspección y Control y cuando son solicitudes de arbitraje se trasladan al Instituto Regional de Arbitraje de Consumo.

A continuación se relaciona la distribución de las reclamaciones registradas:

- Reclamaciones recibidas:.....11322
- Trasladas a otros organismos:..... 3370 (29.7%)
- Tramitadas a través de Mediación:..... 4945 (43,7%)
- Trasladas al Servicio de Inspección y Control:..... 1530 (13.6%)

- Trasladas a Instituto Regional de Arbitraje de Consumo:.....1468 (12.9%)

- Trasladas a Información:..... 9 (0.1%)

□ **Mediaciones**

Muchas de las reclamaciones, 4.945, que suponen el 43.7 % de todas las que tienen entrada en la Dirección General de Consumo, a través del Servicio de Orientación al Consumidor, se tramitan a través de la mediación.

El objetivo de este procedimiento es resolver las reclamaciones individuales mediante la avenencia de las partes (consumidor/empresario) a resolver el conflicto de consumo de manera voluntaria.

Los resultados obtenidos en 2004, son los siguientes:

- Reclamaciones tramitadas a través de la Mediación:..... 4.945
- Mediación favorable:.....1170
- Mediación desfavorable 584
- Imposibilidad de gestiones y otros archivos 1358
- En trámite 1066
- Mediación negativa y traslado al Servicio de Inspección y Control 733
- Mediación negativa y traslado al Instituto Regional de Arbitraje de Consumo: 31

Hay que resaltar un dato importante, y es el incremento del 14,36% en la entrada de reclamaciones respecto de año 2.003, habiendo sido las mediaciones las que han absorbido la práctica totalidad del incremento

El número de reclamaciones tramitadas a través de la mediación ha incrementado en 1.019, lo que ha supuesto un incremento porcentual del 20.6% respecto al año 2.003.

En cuanto a las reclamaciones trasladadas al Servicio de Inspección y Control el incremento no es significativo (0.09%).

Las remitidas al Instituto Regional de Arbitraje de Consumo han disminuído respecto al año 2.003 en 232 reclamaciones (- 13,40%)

□ **Resultados obtenidos:**

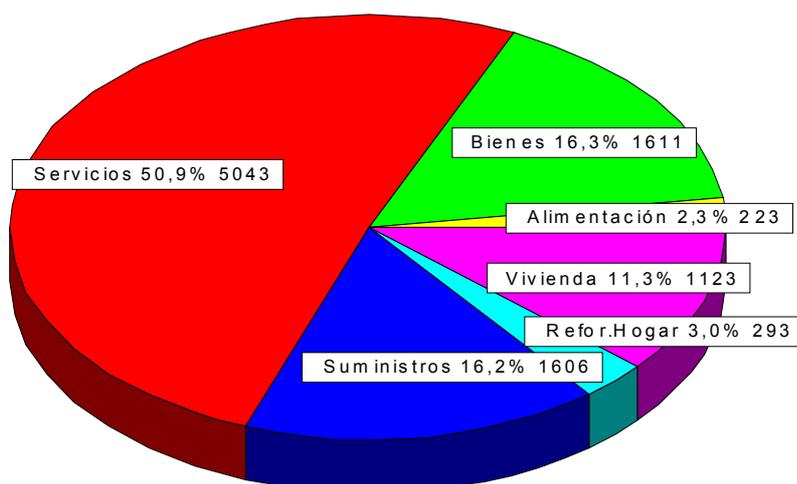
- Tramitación a través de mediación: 4.945
- Tramitación a través de mediación: 4.289
- En trámite : 656
- Imposibilidad de gestión 1.358
- Mediación favorable: 1170

Lo cual nos indica que el porcentaje de **MEDIACION FAVORABLE** es del **46.4%**

El **tiempo medio** de las mediadas favorablemente es de 106,44 días.

7.3. ANÁLISIS DE LAS RECLAMACIONES POR SECTORES.

Clasificación por Sectores



De la explotación de la base de datos de reclamaciones/denuncias, en relación con los registros correspondientes a 2004, se ha obtenido la siguiente información:

7.3.1. Sector de alimentación.

Este sector es el que tiene menos peso en materia de reclamaciones. Supone el 0,57% de las mismas, un total de **65**, de las cuales:

- Traslados a otros organismos 42
- Mediaciones favorables 3
- Mediaciones desfavorables 1
- Imposibilidad de gestiones y otros archivos 4
- Inspección comunicaciones 3
- Inspección (directa o después de mediación) 11
- En trámite 1
- TOTAL 65

7.3.2. Sector de bienes.

Han sido **2326**, un 20,54% de las reclamaciones recibidas, lo que ha supuesto un incremento de 7,22% respecto al año 2003. Los subsectores más reclamados son :

- Teléfonos móviles 296 reclamaciones
- Automóvil nuevo 285
- Electrodomésticos gama marrón 259
- Muebles 246
- Textil 236

El trámite seguido ha sido el siguiente:

- Traslados a otros organismos 369
- Mediaciones favorables 343
- Mediaciones desfavorables 196
- Imposibilidad de gestiones y otros archivos 309
- Inspección (directa o después de mediación) 432
- Inspección comunicaciones 122
- Traslado a JAC directa o después mediación 227
- En trámite 325
- TOTAL 2326

7.3.3. Sector servicios.

El número total de reclamaciones en este sector ha sido **4.942** reclamaciones. esto

supone el 43,65 % de las reclamaciones recibidas. Este sector ha descendido en un 1,02% respecto al 2003. Los subsectores más reclamados son:

• Taller automóviles	869	
• Servicios asistencia técnica		455
• Transporte de viajeros	426	
• Espectáculos-Ocio	276	
• Tintorerías		241

El trámite seguido ha sido el siguiente:

➤ Traslados a otros organismos	2265
➤ Mediaciones favorables	374
➤ Mediaciones desfavorables	268
➤ Imposibilidad de gestiones y otros archivos	500
➤ Inspección (directa o después de mediación)	606
➤ Inspección comunicaciones	85
➤ Traslado a JACdirecta o después mediación	541
➤ En trámite	299
➤ TOTAL	4942

7.3.4. Sector suministros

El número de reclamaciones de este sector ha sido **2777** el 24,52% del total de reclamaciones recibidas. El número de reclamaciones del sector ha aumentado respecto al año 2003, en un 11,82%; El trámite seguido ha sido el siguiente:

➤ Traslados a otros organismos	427
➤ Mediaciones favorables	341
➤ Mediaciones desfavorables	44
➤ Imposibilidad de gestiones y otros archivos	399
➤ Inspección (directa o después de mediación)	421
➤ Inspección comunicaciones	194
➤ Traslado a JACdirecta o después mediación	625
➤ En trámite	324
➤ TOTAL	2777

El gran incremento de este sector se debe al incremento en el nº de reclamaciones de internet, telefonía fija y móvil, que entre los tres subsectores supusieron en el año 2.004 un total de 2.299 reclamaciones, mientras que en el año 2.003 resultaron 1348, lo que significa un incremento del 41.4 %, respecto a 2003.

7.3.5. Sector reformas del hogar

El número total de reclamaciones de este sector ha sido **344**, supone un 3,04% del total de las reclamaciones recibidas. Ha habido un incremento de 0,51% en relación al año 2.003.

El subsector más reclamado es el de Albañilería con 63 reclamaciones.

TRAMITACIÓN

➤ Traslados a otros organismos	36
➤ Mediaciones favorables	36
➤ Mediaciones desfavorables	23
➤ Imposibilidad de gestiones y otros archivos	41
➤ Inspección (directa o después de mediación)	113
➤ Inspección comunicaciones	3
➤ Traslado a JAC directa o después mediación	51
➤ En trámite	41
➤ TOTAL	344

7.3.6. Sector vivienda

El número total de reclamaciones de sector ha sido de **865**, supone un 7,63% de las reclamaciones recibidas. Respecto al año 2003 las reclamaciones han disminuido un 2,6%.

El subsector que más reclamaciones ha recibido es el Compra de vivienda con 645 reclamaciones.

TRAMITACIÓN

➤ Traslados a otros organismos	230
➤ Mediaciones favorables	73
➤ Mediaciones desfavorables	52
➤ Imposibilidad de gestiones y otros archivos	105
➤ Inspección (directa o después de mediación)	266
➤ Traslado a JAC directa o después mediación	55
➤ Inspección comunicaciones	7
➤ En trámite	76
➤ TOTAL	865

Haciendo un análisis general de los distintos ámbitos del consumo, aquellos en los que mayores problemas se presentan son los siguientes:

- Telecomunicaciones (suministro del servicio (telefonía fija, móvil e internet).....2.299 reclamaciones (20.3%)
- Talleres de reparación de automóviles.....869 reclamaciones (7.67%)
- Vivienda (principalmente compra).....865 reclamaciones (7.64%)
- Servicios de Asistencia Técnica (S.A.T.)...455 reclamaciones (4%)
- Transporte de viajeros.....426 reclamaciones (3.76%)
- Reformas del hogar.....344 reclamaciones (3.03%)
- Teléfonos móviles.....295 reclamaciones (2.6%)
- Automóvil nuevo.....285 reclamaciones (2.51%)
- Espectáculos/ocio.....276 reclamaciones (2.43%)
- Electrodomésticos (gama marrón).....259 reclamaciones (2.28%)
- Muebles.....246 reclamaciones (2.17%)
- Tintorerías.....241 reclamaciones (2.13%)
- Textil.....236 reclamaciones(2.08%)

8. 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 2.004, a través de sus distintas actuaciones tanto en Pleno, como en Comisiones, continuando 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.

En este año destacan las siguientes actuaciones:

- La presentación, en el seno del Consejo de Consumo, del Plan Integral para la Protección al Consumidor de la Comunidad de Madrid, elaborado a través de la Consejería de Sanidad y Consumo, y en particular de la Dirección General de Salud Pública, Alimentación y Consumo, que pretende abordar el consumo desde una perspectiva global, estableciendo las líneas de actuación para la protección de los consumidores de la Comunidad de Madrid en los próximos años. El Plan pretende alcanzar el mayor nivel de implicación y participación de los agentes que intervienen en el consumo, en particular de las organizaciones empresariales y muy especialmente de las asociaciones de consumidores. En el Plan se recogen las líneas estratégicas de actuación hasta 2007 y el detalle de actuaciones concretas, con asignaciones presupuestarias también concretas, que pretenden dar una estabilidad a las acciones que se desarrollen.
- Igualmente se ha acordado que, a la espera de la propuesta de modificación del Decreto 152/2001, por el que se aprueba el Reglamento que desarrolla la Ley 11/1998 de 9 de Julio, de Protección de los Consumidores de la Comunidad de Madrid, y hasta la creación de una Comisión estable dentro de la estructura del Consejo de Consumo, la creación de una Comisión de Estudios de Códigos de Buenas Prácticas, que funcionará de manera coyuntural.

8.1. PLENO DEL CONSEJO DE CONSUMO

A lo largo del año 2004 el Pleno del Consejo de Consumo celebró dos sesiones.

* En la reunión que tuvo lugar el **8 de octubre**, se presenta la Memoria de Actividades del Consejo de Consumo 2003, la Campaña de información de la Ley de Garantías de la Comunidad de Madrid, aprobada por el Observatorio de la Ley de Garantías; se presentan los Códigos de Buenas Prácticas de los sectores de Reparación de Electrodomésticos, Tintorerías y Lavanderías, sector Textil y del Calzado, elaborados por el Ayuntamiento de Madrid, para la elaboración del informe preceptivo por el Pleno del Consejo. Asimismo se propone la creación de una Comisión de Estudios de Códigos de Buenas Prácticas para que realice los informes preceptivos para la aprobación del Pleno. Se propone la elaboración de los Códigos de Buenas Prácticas en el Sector de la Vivienda y Empresas de Seguridad; también se propone la modificación 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 en relación con el Título I, Capítulo I, sobre el Consejo de Consumo, que será estudiada por la Comisión de Legislación. Por último se

presenta el Borrador del Plan Integral para la Protección al Consumidor de la Comunidad de Madrid, y se concede un plazo para presentar alegaciones al mismo, para su presentación y aprobación en la próxima reunión del Pleno.

* La segunda sesión plenaria se celebró el día **30 de noviembre** de 2004. En dicha reunión se aprueba el informe elaborado por la Comisión Permanente, de los Códigos de Buenas Prácticas presentados por el Ayuntamiento de Madrid; se designa representante de las Organizaciones de Consumidores en el Consejo de Medio Ambiente de la Comunidad de Madrid, recayendo dicha representación en FUCI, y se acuerda remitir oficio al Director General de Medio Ambiente solicitándole que sean dos las organizaciones de consumidores presentes en ese Consejo, quedando pendiente la Comisión de Organizaciones de Consumidores de la designación del segundo representante de los consumidores. Asimismo se presenta la renovación de los miembros del Pleno del Consejo de Consumo y de las distintas Comisiones. Por último se presenta el Plan Integral para la Protección del Consumidor de la Comunidad de Madrid, con las introducciones de las sugerencias realizadas por aquellas instituciones u organizaciones que han contestado en el plazo que se les concedió al efecto. Como acuerdos adoptados en esta reunión, destacan los siguientes: volver a realizar en la Comisión de Organizaciones de Consumidores una recopilación de la participación de las organizaciones de consumidores en los órganos consultivos y que la Comisión de Estudios de Códigos de Buenas Prácticas funcione de manera coyuntural, en tanto se crea la Comisión estable en el seno del Consejo de Consumo.

8.2. COMISIÓN PERMANENTE

La Comisión Permanente celebró una única reunión a lo largo del año, que tuvo lugar el día 23 de noviembre de 2004, en la cual se han informado favorablemente por unanimidad los Códigos de Buenas Prácticas presentados por el Ayuntamiento de Madrid, que son los siguientes: Reparación de Electrodomésticos, Tintorerías y Lavanderías, sector Textil y del Calzado. También se acuerda por unanimidad la composición del grupo de trabajo que evaluará los Códigos de Buenas Prácticas.

8.3. COMISIÓN DE LEGISLACIÓN

Esta Comisión no ha celebrado ninguna reunión durante el 2004.

8.4. COMISIÓN DE ORGANIZACIONES DE CONSUMIDORES

A lo largo de 2004 la Comisión de Organizaciones de Consumidores se reunió en 2 ocasiones.

La primera reunión se celebró el día **22 de abril** de 2004, donde se designaron a los dos representantes de los consumidores como miembros del Jurado de la Fase Autonómica del Certamen Europeo "Juntos somos más. Nos comunicamos en la ampliación". También se da traslado a los asistentes del requerimiento que la Comisión de Cooperación de

Consumo ha formulado a los Consejos Territoriales de las Comunidades Autónomas, consistente en proponer criterios para designar a los diez representantes de Organizaciones de Consumidores que formarán parte del Comité de Asuntos Territoriales del Consejo de Consumidores y Usuarios.

La reunión del día **1 de octubre** de 2004 centró su orden del día en el estado de tramitación de los Convenios de Colaboración del ejercicio 2004 y en las líneas de actuación para los Convenios y Subvenciones del ejercicio 2005. Los puntos 4 y 5 del Orden del día (Campaña informativa sobre la Ley de Garantías en la venta de bienes de consumo -Ley 23/2003 de 10 de julio- y Presentación del I Foro del Movimiento Consumerista de la Comunidad de Madrid) no dio tiempo a tratarlos, haciéndose un breve resumen de éste último punto, e invitando a las Organizaciones de Consumidores a participar en dicho Foro, que tuvo lugar el 17 de noviembre, con el fin de abordar el asociacionismo de consumo desde la perspectiva de su financiación, el marco legal regulador y las acciones colectivas en defensa de los consumidores.

8.5. COMISIÓN DE PRECIOS

La Comisión de Precios centró su actuación en la aprobación de tarifas, en cumplimiento de la competencia atribuida a la Comunidad de Madrid en materia de precios en el artículo 16 del Real Decreto-Ley 7/1996, de 7 de junio, sobre medidas urgentes de carácter fiscal y de fomento y liberalización de la actividad económica.

La Comisión de Precios se reunió en cinco ocasiones, los días 18 de marzo, 3 de junio, 10 de septiembre, 22 de diciembre y 28 de diciembre de 2004.

A lo largo de estas reuniones se aprobó la modificación de tarifas de agua presentadas por los Ayuntamientos de San Lorenzo de El Escorial, Soto del Real y Alcalá de Henares y del Canal de Isabel II.

Asimismo, se aprobó la modificación de las tarifas de auto-taxi presentadas por los Ayuntamientos de Arganda del Rey, Alcalá de Henares, Cercedilla, Torrejón de Ardoz, Collado-Villalba, San Martín de la Vega, Alpedrete y Madrid

También se aprobaron las tarifas de transporte presentadas por el Consorcio Regional de Transportes de Madrid.

Finalmente, se dio cuenta de la comunicación de precios recibidas en la Secretaría de la Comisión.

8.6. COMISIÓN DE EVALUACIÓN Y SEGUIMIENTO DEL CÓDIGO DE BUENAS PRÁCTICAS EN MATERIA DE CONTRATACIÓN DEL SERVICIO DE ENSEÑANZA NO REGLADA

La Comisión se reunió durante este año en una única ocasión, el día 30 de septiembre de 2004, y se estudiaron 3 solicitudes de adhesión, no habiéndose concedido este año ningún distintivo, dado que dichas solicitudes no cumplen en sus contratos lo que estipula el Código, acordando mandarles un oficio requiriéndoles la documentación correspondiente y dándoles cuenta de los acuerdos adoptados. Asimismo se les remite el modelo de contrato que obra en esta Dirección General así como copia del reciente Decreto 84/2004 de 13 de mayo, de la Consejería de Sanidad y Consumo, por el que se regula el Derecho a la información y los

derechos económicos de los alumnos que cursen enseñanzas no regladas, a fin de que adecuen su funcionamiento a dicho Decreto.

8.7. COMISIÓN DEL OBSERVATORIO DE LA LEY DE GARANTÍAS

Se celebra una única reunión el día 25 de junio de 2004, en la cual se centra el orden del día en la propuesta de acciones dentro de la Campaña de Información de la Ley de Garantías de la Comunidad de Madrid, acordándose homogeneizar criterios entre los colectivos afectados y la Administración, y para ello se propone fijar un calendario de actuaciones con las propuestas de cada uno de los miembros de la Comisión, y fijar una próxima reunión en la que se efectúen propuestas concretas.

9. 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 todos 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.

□ **Distribución de hojas de Reclamaciones**

En virtud de esta competencia, en esta Dirección General se han entregado durante el año 2004 hojas de reclamaciones a **541 empresas o profesionales**.

Los Ayuntamientos en el ejercicio de sus competencias nos han comunicado la distribución de hojas de reclamaciones a **4.978 empresas o profesionales**.

En virtud de lo dispuesto en el artículo 31.1 del mencionado Decreto 152/2001, en el que se menciona la posibilidad de realizar la distribución de hojas de reclamaciones mediante acuerdo o convenio suscrito entre la administración competente para la distribución, entre otras, con Organizaciones Empresariales, la Comunidad de Madrid suscribió, en ámbito de sus competencias, durante 2.003 y 2.004, diversos convenios de colaboración con varias Organizaciones Empresariales, a través de las cuales se han distribuido hojas de reclamaciones a 7 empresas.

□ **Protocolo de hojas de reclamaciones**

Dada la novedad de este sistema y para unificar su tratamiento a toda la Comunidad de Madrid, se elaboró, en el año 2.003 el “Protocolo de Interpretación del Sistema Unificado de Reclamaciones”, en el que intervienen los Servicios Municipales de Consumo, cuyo objetivo es homogeneizar criterios para la gestión del S.U.R.

En relación con este Protocolo se han realizado 7 consultas, las cuales han sido a instancia de:

- 1 a la OMIC de Parla
- 1 a la OMIC de Coslada.
- 1 a la OMIC de Pinto.
- 1 a la OMIC de Aranjuez
- 1 a la OMIC de Getafe
- 2 a instancia de la OMIC de Torrejón de Ardoz

Se han emitido en total 14 informes, 7 de ellos básicos y 7 definitivos.

10. CONTROL E INSPECCION DE PRODUCTOS

1. *DENUNCIAS*
2. *ACTUACIONES DE OFICIO*
3. *COMUNICACIONES DE OTRAS COMUNIDADES AUTONOMAS*
4. *CAMPAÑAS DE CONTROL DE PRODUCTOS*
5. *SEGURIDAD DE LOS PRODUCTOS*

El control de productos de consumo se lleva a cabo por la Sección de Análisis y Control de Calidad. Para un tratamiento más coherente de la problemática de los productos, todas las informaciones relativas al etiquetado, 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 programadas.

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

En 2004, 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 y controles prospectivos.

Las actividades de control de productos, necesitan de una infraestructura técnica capaz de soportar una fuerte demanda de servicio. Con este fin se ha trabajado de forma continua con el 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 y de equipos de protección individual (chalecos reflectantes).

Aun cuando el Servicio de Inspección y Control no ostentaba durante 2004 las competencias de inspección y sanción en materia de alimentos, se realizaron campañas prospectivas programadas con antelación. Los resultados de las actuaciones se expondrán de acuerdo a las líneas fundamentales de trabajo, diferenciando entre productos industriales y alimenticios.

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 se reunió el día 1 de diciembre de 2004.

10.1. DENUNCIAS

En el año 2004 se han recibido 391 denuncias sobre productos

DENUNCIAS RECIBIDAS			
Sector	Denuncias (directas o transformadas) 2003	Denuncias (directas o transformadas) 2004	Totales
Productos y bienes (excepto automóviles)	107	284	391

En el año 2004 se han resuelto 300 denuncias sobre productos y 224 están en trámite.

Los motivos fundamentales de dichas denuncias están relacionados con irregularidades en:

- **seguridad** del producto;
- **calidad**, por no ser conformes con los parámetros establecidos;
- por carecer de los **requisitos documentales exigidos**;
- por no cumplir con **las obligaciones relativas a las garantías**;
- por no correspondencia con lo **ofertado**;
- **Varios**.

10.1.1. DENUNCIAS TRAMITADAS

TRÁMITE SEGUIDO	CONTROL DE PRODUCTOS
EXPEDIENTE SANCIÓN	61
ARCHIVO	186
OTROS ORGANISMOS	53
TOTALES RESUELTAS	300
EN TRÁMITE	224

10.2. ACTUACIONES DE OFICIO (CONTROL DE CALIDAD)

De las 124 actuaciones, este es el trámite seguido:

Archivo	6
Expediente sanción	7
Inhibiciones a otros organismos	2
En trámite	67
Arbitraje	1
SEGURIDAD	41
TOTAL	124

10.3. COMUNICACIONES DE OTRAS COMUNIDADES AUTONOMAS

De las 278 comunicaciones (DENUNCIAS), este es el trámite seguido:

Archivo	47
Expediente sanción	45
Inhibiciones otros organismos	6
A inspección	26
En trámite	154
TOTAL	278

Los escritos recibidos de otras Comunidades Autónomas y organismos son los siguientes:

TIPO DE ESCRITO	ALIMENTOS	INDUSTRIALES Y VARIOS	TOTALES
Inhibiciones	0	3	3
Comunicaciones	133	638 (166 DE SEGURIDAD)	771
Otros	0	127	127
TOTAL	133	768	901

10.4. CAMPAÑAS DE CONTROL DE PRODUCTOS.-

Las Campañas efectuadas durante el año 2.004, como ya se ha comentado, son de tres tipos: Comunitarias (propuestas por la Unión Europea), Nacionales y Regionales. En base a esta clasificación, se resumen a continuación las actuaciones realizadas:

ETIQUETADO DE JUGUETES

Objetivos.-

- Evaluar la información que se ofrece en el etiquetado de los juguetes

- Detectar la puesta en el mercado de juguetes que carecen de marcado CE y comprobar que los juguetes que exhiben el marcado CE cumplen las exigencias esenciales de seguridad, mediante la acreditación documental correspondiente.

Inspecciones realizadas:

Nº establecimientos: Se han visitado 66 establecimientos, tanto grandes superficies como establecimientos especializados y del tipo “todo 100”.

Nº productos: Se han controlado 130 juguetes.

Han participado inspectores de 13 municipios.

Resultados:

- 14 de los 130 juguetes inspeccionados (11 %), presentan deficiencias en su etiquetado, incumpliendo el Real decreto 880/90 sobre normas de seguridad de juguetes, lo que supone un de los juguetes.
- NO se han detectado irregularidades durante la Campaña ni por ausencia de marcado CE, ni por falta de acreditación del marcado CE.

Irregularidades detectadas:

1.- En relación a la información obligatoria:

- 8 juguetes (6%) presentan irregularidades en el etiquetado general obligatorio por carecer de:
 - . Instrucciones de uso y manejo en 5 juguetes no se expresan en idioma español, representa un 3,8% del total de los y se refiere a que la información sobre uso y manejo que figura no está en castellano.
 - . En 4 juguetes (3 %) no figura la denominación
 - .En 2 juguetes (1,5%) no figura la identificación completa del responsable de su comercialización en la Unión Europea (nombre y/o razón social y/o marca y su dirección).

2.- En relación a información adicional obligatoria en el etiquetado, sobre seguridad, es de destacar:

a) De los 117 juguetes controlados que deben presentar información sobre seguridad, 11 no incluyen advertencias sobre determinados riesgos o precauciones específicas, representa un 8,5 % del total de los controlados.

b) De los 29 juguetes funcionales comprobados, 5 no incluyen advertencias relativas al uso bajo vigilancia de adultos y/o carecían de instrucciones sobre funcionamiento y a las precauciones que deben tomar; representan un 17 % del total de los juguetes funcionales comprobados.

c) De los 23 juguetes a pilas controlados, 4 (17%) no informan que sólo deben usarse las pilas recomendadas y/o que las pilas usadas deben ser retiradas del juguete.

d) Los juguetes no destinados a niños menores de treinta y seis meses muestran unos buenos resultados, ya que tan sólo 1 de los 91 inspeccionados omite información sobre los riesgos específicos de dicha limitación.

Conclusiones:

Aun cuando el índice de irregularidades no es elevado, no se puede olvidar que los mayores índices de incumplimientos se deben a la ausencia de información que advierta de posibles riesgos para la seguridad, hecho que puede llevar aparejado la existencia de indicios de riesgo por un mal uso del juguete en cuestión. Por otra parte, no se ha podido profundizar en el de análisis documental del cumplimiento exigencias esenciales de seguridad, sobre todo por los problemas registrados en el seguimiento de la cadena de distribución.

CAMPAÑA ETIQUETADO JUGUETES CON PROYECTILES 2004

Objetivos:

- Comprobar el cumplimiento del Real Decreto 880/90 sobre normas de seguridad de juguetes.
- Valorar la información que incluye el etiquetado de este tipo de juguetes, tanto en lo que a identificación del responsable se refiere como a advertencias de seguridad en idioma español.
- Determinar el cumplimiento de exigencias esenciales de seguridad.

Inspecciones realizadas.-

Nº establecimientos visitados: 9

Nº productos inspeccionados: 20

Nº de toma de muestras del producto: 8

Resultados:

Nº productos inspeccionados con irregularidades: 6

Nº de muestras con análisis incorrecto: pendiente laboratorio

Nº productos inspeccionados con irregularidades en etiquetado: 6

En materia de etiquetado, la deficiencia más frecuente se refiere a la falta de identificación completa del responsable del producto en la Unión Europea, por no figurar el nombre, razón social o denominación y su dirección detectado en 2 casos. Respecto a la ausencia de advertencias de uso, que se ha observado en 4 casos.

Conclusiones:

A falta de disponer de la totalidad de los informes de ensayo, los datos obtenidos sobre control de etiquetado reflejan un índice de incumplimientos considerable, y sobre todo en advertencias de seguridad que presenta irregularidades en un 20% de los casos.

CAMPAÑA DE GAFAS DE SOL

Objetivos.-

- * Evaluar la información que se ofrece en el etiquetado de las gafas de sol.
- * Detectar la puesta en el mercado de productos que carecen de marcado CE.
- * Comprobar la garantía que se ofrece por el vendedor de estos artículos

Inspecciones realizadas.-

Nº establecimientos visitados: 17

Nº productos inspeccionados: 50

Resultados:

Nº productos con irregularidades: 17 productos incumplen el Real Decreto 1407/92 sobre equipos de protección individual.

En materia de etiquetado, la deficiencia más frecuente se refiere a la falta de identificación completa del responsable por no figurar el nombre, razón social o denominación del responsable, fabricante o importador o información sobre su domicilio detectado en 16 casos (32%).

En 7 casos no figuran los datos en idioma Español.

En 7 no figura la categoría del filtro según norma UNE-EN- 1836.

En 8 no constan las instrucciones de uso y mantenimiento.

Respecto a lo artículos que no proporcionan el valor nominal del factor de transmisión en visible son 17.

Conclusiones:

Los datos obtenidos reflejan un índice considerable de incumplimientos, debiendo mejorarse. Con independencia de la incoación de expedientes sancionadores por las irregularidades detectadas, se considera que deben continuar actuaciones inspectoras sobre este sector a fin de optimizar la información que se ofrece al consumidor, que además de identificar al responsable de la comercialización en la Unión Europea, se expresen los datos en idioma español y se informe sobre categoría del filtro, aspecto de gran importancia, ya que puede limitar los usos de las gafas y por tanto la ausencia de esta información puede representar un riesgo para la seguridad de los usuarios.

CONTROLES GENERALES EN ESTABLECIMIENTOS DE VENTA DE PRODUCTOS

Objetivos

- Comprobar que se exhibe el PVP de todo artículo a la venta y el, precio por unidad de medida cuando sea preceptivo.
- Comprobar que los artículos dispuestos para su venta al público en los establecimientos presenten el etiquetado obligatorio.
- Determinar el origen de los productos, que presenten irregularidades en su etiquetado obligatorio.
- Comprobar que se exhibe los precios en el escaparate.

- Comprobar que en todo tipo de establecimiento disponen de hojas reglamentarias de reclamaciones.

- Detectar la posible existencia de cláusulas abusivas.

Inspecciones realizadas.-

Nº establecimientos visitados: 447

Nº de productos controlados: 1241 productos

Han colaborado inspectores de consumo de 16 ayuntamientos que han realizado 741 controles de estos controles en producto.

Resultados:

El nº de productos con irregularidades es de 83

Se han detectado incumplimientos a la normativa de consumo en 99 de los 447 establecimientos visitados (22%).

Las irregularidades más frecuentes en los establecimientos se refieren a la no tenencia a disposición del consumidor de las preceptivas hojas de reclamaciones que se ha detectado en 30 establecimientos) y la no exhibición del cartel anunciador de las mismas que se ha detectado en 31 establecimientos.

En 15 establecimientos no se exhiben los precios de venta al público de los artículos que se exponen en el escaparate.

Las irregularidades detectadas en los productos se refieren bien a la ausencia de alguno de los datos obligatorios en su etiquetado, a la falta de indicación de precio de venta a público y/o precio por unidad de medida, en su caso.

En materia de etiquetado, la deficiencia más frecuente se refiere a la falta de identificación completa del responsable del producto, por no figurar el nombre, razón social o denominación del responsable o información sobre su domicilio detectado en 53 productos.

En materia de indicación de precios, se ha detectado que no figura el precio de venta al público en 31 productos; mientras que en 20 no figura el precio por unidad de medida tratándose de productos que debieran informar de ello.

Conclusiones:

Los datos obtenidos reflejan en general un bajo índice de incumplimientos, sin que ninguna de las irregularidades alcance en ningún caso el 4% del total de productos inspeccionados.

CAMPAÑA ETIQUETADO BROCHES PARA CHUPETES

Objetivos.-

- Comprobar la información que se ofrece en el etiquetado de los chupetes. Tanto en sus datos de identificación formal como en la advertencia de seguridad.-
- Detectar la puesta en el mercado de chupetes con irregularidades, adoptando las medidas oportunas en caso de detectarse riesgo para la seguridad.

Inspecciones realizadas.-

Nº establecimientos visitados: 16

Nº productos inspeccionados: 20

nº de toma de muestras del producto: 9

Se ha llevado a cabo por inspectores de la Dirección General de salud Pública, Alimentación y Consumo.

Resultados.-

Nº de muestras con análisis incorrecto: 4

Nº productos inspeccionados con irregularidades en etiquetado: 6

4 de los broches o cadenas para chupetes no llevan su etiquetado en español.

4 no figura el responsable del producto

2 no mencionan las advertencias de seguridad

Conclusiones:

Los incumplimientos en materia de etiquetado son de especial importancia, tanto la ausencia de información sobre advertencias de seguridad, como la expresión en idioma no español, si se tiene en cuenta que son artículos destinados a niños pequeños y que están continuamente siendo objeto de actuaciones inspectoras. Si bien a lo largo de los años se mejoran los resultados, es preciso no dejar de prestar atención a este tipo de productos

No se dispone de todos los resultados de las tomas de muestras, que permita valorar la seguridad de este tipo de productos en base a los ensayos realizados.

CAMPAÑA SOBRE ARTICULOS DE FOTOGRAFÍA Y SONIDO

Objetivos:

- * Evaluar la información que se ofrece en el etiquetado de los artículos de fotografía y sonido.
- * Detectar la puesta en el mercado de productos que carecen de marcado CE.
- * Comprobar la garantía que se ofrece por el vendedor de artículos de fotografía y sonido.
- * Comprobar que se exhibe el precio de venta al público de los artículos a la venta.

- * Comprobar el cumplimiento de la obligación de tener a disposición de los consumidores las preceptivas hojas de reclamaciones y exhibir el cartel informativo sobre su existencia.

Inspecciones realizadas.-

Nº de establecimientos visitados: 68

Nº establecimientos con irregularidades: 38

Nº de Productos controlados: 101

Nº de productos con irregularidades: 57

Han participado en la Campaña los inspectores de Consumo 14 Ayuntamientos

Resultados:

- 35 de los productos inspeccionados presenta irregularidades respecto a su etiquetado siendo los más comunes las relativas a la ausencia de datos informativos sobre potencia máxima y consumo energético que falta en los 35 casos.
- 7 de los productos no informan sobre el nombre del fabricante o importador autorizado en la unión europea
- 2 de los artículos no presenta el marcado CE
- En 12 productos el vendedor no formaliza garantía por escrito el producto
- En 22 casos el artículo no incorpora garantía por un mínimo de 2 años
- 26 artículos incorporan cláusulas abusivas que limitan los derechos de la garantía legal del consumidor

- 2 de los establecimientos no exhibían los carteles de PVP en los artículos a la venta y 3 no exhibían carteles de precio en los artículos que exhibía en los escaparates.

Respecto a las hojas de reclamaciones 7 establecimientos no disponen de hojas de reclamaciones y 8 no exhiben el cartel anunciador de las mismas.

Conclusiones:

Respecto al etiquetado la ausencia de datos del fabricante o responsable del producto en un 7% de los artículos es una carencia importante, que deber ser vigilada. Adquiere especial importancia por la naturaleza de este tipo de productos, el incumplimiento de la ley Garantías; aun cuando puede ser alarmante, se estima poco significativo, dada la reciente entrada en vigor de la Ley 23/2003 y que mucho artículos podrían ser anteriores, por lo debería repetirse la campaña dentro de 2 años para obtener datos significativos sobre este aspecto.

CAMPAÑA DE INSPECCION Y CONTROL DE GARANTIAS SOBRE PRODUCTOS INDUSTRIALES

Objetivos:

- Comprobar el cumplimiento del “marco legal de la garantía” en la venta de bienes al consumidor final, en especial, el respeto del principio de conformidad de los bienes con el contrato y la responsabilidad del vendedor.
- Verificar el cumplimiento de la obligación de entregar una garantía legal por escrito en la compraventa de bienes de naturaleza duradera.
- Analizar el contenido de la garantía legal por escrito y en especial que las cláusulas que figuren, no supongan una limitación de los derechos reconocidos legalmente a los consumidores en la Ley 23/2003
- Comprobar la existencia de garantía comercial adicional y su contenido.
- Evaluar el grado de cumplimiento de los establecimientos dedicados a la venta de este tipo de productos en relación a la disposición de las preceptivas hojas de reclamaciones y exhibir el cartel informativo sobre su existencia.

Inspecciones realizadas.-

Nº de establecimientos visitados: 99

Nº de Productos controlados: 197

Han participado en la Campaña los inspectores de 14 Ayuntamientos

Resultados:

Nº establecimientos con irregularidades: 58

Nº de productos con irregularidades: 133

Respecto a la “garantía legal” las Irregularidades mas representativas:

En 53 productos la garantía no es como mínimo 2 años

En 72 productos la garantía no es total

En 49 casos no figuran por escrito los derechos del consumidor en caso de no conformidad

Y en 78 casos existe o cláusulas que limitan indebidamente los derechos del consumidor.

Respecto a la “garantía comercial”, cuando existe:

En 22 casos no se formaliza por escrito

En 56 de los caso los derechos que otorgaban estas garantías colocaban al consumidor en una posición menos ventajosa en relación a sus derechos de los que legalmente posee por la Ley 23/2003.

Respecto a las hojas de reclamaciones 2 establecimientos no disponen de hojas de reclamaciones, y 9 no exhiben el cartel anunciador de las mismas.

Conclusiones:

El grado de incumpliendo es muy elevado llamando la atención al presencia de cláusulas limitativas de los derechos del consumidor en las garantías, en especial en las comerciales, que colocan al consumidor en una posición menos ventajosa de la que legalmente posee. Con la entrada en vigor de la Ley 23/03 se modificaban sustancialmente determinados aspectos, tanto en la forma de hacerla efectiva como el periodo de tiempo, hechos que pueden explicar los resultados obtenidos y que han motivado continuar con esta campaña durante 2005.

CAMPAÑA SOBRE ARTICULOS DE PUERICULTURA

Objetivos:

- Comprobar la información que se ofrece en el etiquetado de los artículos de puericultura.
- Detectar la puesta en el mercado de sillas de auto que carecen de etiqueta de homologación con el contenido obligatorio.
- Comprobar la indicación del precio de los artículos de puericultura en el punto de venta.
- Verificar la existencia de hojas de reclamaciones y cartel informativo en los establecimientos donde se venden este tipo de artículos.

Inspecciones realizadas.-

Nº de establecimientos visitados: 33

Nº de Productos controlados: 101

Han participado en la Campaña los inspectores de 12 Ayuntamientos

Resultados:

Nº establecimientos con irregularidades: 24

Nº de productos con irregularidades: 60

Se han controlado los siguientes 8 grupos de artículos:

- Cunas y cunas plegables
- Capazos y soportes
- Moisés/cunas balancín
- Parques de uso doméstico
- Sillas altas (tronas)
- Cambiadores (mesas y bañeras cambiador)
- Andadores
- Sillas de auto

Los productos en los que se ha detectado mayores irregularidades han sido en cunas y capazos, los 13 artículos inspeccionados presentaban irregularidades respecto a su etiquetado al igual que las sillas altas, que sobre 8 artículos revisados, 8 presentaban algún tipo de problema en su etiquetado, así en las citada sillas altas carecían de los datos de responsable un 37 % de los artículos y en el mismo porcentaje había carencia de advertencia de seguridad.

En cunas y capazos un 90% de los artículos presentaba irregularidades de etiquetado, un 23% carecía de hoja de instrucciones y un 30 % de los productos presentaban irregularidades en su hoja de instrucciones y un 46 % presentaba irregularidades en tu etiquetado de composición

En extremo contrario se encontraban los andadores y las sillas de autos que tenia un alto porcentaje de cumplimiento de la normativa.

Conclusiones:

Los usuarios directos de este tipo artículos son los bebé o los niños mas pequeños, están mas indefenso, están considerados como colectivos de especial protección, por lo que se debe ser muy estricto en el cumplimiento de las normas de etiquetado y seguridad, por lo que los incumplimiento son inadmisibles, debiendo hacerse un seguimiento a este tipo de productos, con el fin de verificar si se han subsanado las irregularidades detectadas.

**BALANCE DE ACTUACIONES PROGRAMADAS CAMPAÑAS
DE INSPECCIÓN Y CONTROL DE PRODUCTOS**

CAMPAÑA	NÚMERO DE INSPECCIONES	Nº DE PRODUCTOS IRREGULARIDES
CONTROLES GENERALES DE PRODUCTOS	1241	76
GARANTÍAS PRODUCTOS INDUSTRIALES	197	133
JUGUETES	130	14
ARTÍCULOS PUERICULTURA	101	66
ETIQUETADO PRODUCTOS ALIMENTICIOS	751	24
JUGUETES CON PROYECTILES	20	6
GAFAS DE SOL	50	17
BROCHES PARA CHUPETES	20	6

TOTALES	2510	342
----------------	-------------	------------

CAMPAÑAS CONTROL DE PRODUCTOS – TOMA DE MUESTRAS

10.4.1. NACIONALES

□ CAMPAÑA DE GUIRNALDAS LUMINOSAS

Se han inspeccionado 118 guirnaldas luminosas durante la época navideña detectándose que un 67% de las mismas presentaban irregularidades en el etiquetado. Entre las medidas adoptadas y de acuerdo a los criterios de actuación para esta Campaña marcados por el INC se han retirado aproximadamente, 4500 unidades estando prevista la inclusión de 6 modelos de guirnaldas en Notificaciones de Red de Alerta.

10.4.2. REGIONALES:

□ ALIMENTOS

➤ MAYONESA Y SALSA FINA

Se tomaron 23 muestras, con el fin de verificar la adecuación del etiquetado a la normativa y la presencia de huevo. De cuatro de ellas no se ha emitido dictamen, y del resto el 31,5% han resultado incorrectas por etiquetado y el 5% por composición.

➤ SARDINAS

La Campaña se ha realizado sobre las 20 muestras programadas para investigar la presencia de parásitos, habiéndose detectado en una de ellas presencia de Anisakis sp.

➤ PASTAS ALIMENTICIAS FRESCAS COMPUESTAS AL HUEVO

Se analizaron 17 muestras para investigar la presencia de huevo y el etiquetado. El 53% de las mismas ha resultado incorrectas por composición al no haberse detectado la presencia de ovoalbúmina.

➤ BEBIDAS REFRESCANTES AROMATIZANTES TIPO FLAX

La Campaña se programa con el fin de verificar la adecuación de estos productos a la normativa vigente, solo fue posible tomar tres muestras al no localizarse más marcas en el Mercado. Se encuentran pendientes de resultado.

➤ **TÉ ENVASADO EN LATA**

La finalidad de esta Campaña ha sido comprobar la adecuación de estos productos a su normativa reguladora. Se tomaron 20 muestras, habiéndose recibido 4 resultados, 2 de ellos son incorrectos por etiquetado.

➤ **VEGETALES DE CUARTA GAMA**

Se tomaron 11 muestras con la finalidad de comprobar el cumplimiento de la normativa, siendo correctas todas las muestras analizadas.

□ **MATERIAL EN CONTACTO CON ALIMENTOS:**

➤ **MATERIAL CERÁMICO**

Esta campaña se llevó a cabo para constatar el grado de adecuación de estos productos a la normativa y a su uso. Se analizaron 20 muestras de las que el 55% han resultado incorrectas, siendo el 30% por irregularidades en el etiquetado, el 10% en la composición y el 15% por ambos.

➤ **TERMOS PARA LÍQUIDOS**

De las 19 muestras analizadas para comprobar la adecuación de estos artículos tanto a la normativa como a su uso, el 79% han resultado incorrectas por etiquetado.

□ **PRODUCTOS INDUSTRIALES:**

➤ **MÁQUINAS DE DEPILACIÓN ELÉCTRICAS**

Se pretendía en esta campaña comprobar el cumplimiento en cuestión de seguridad y la adecuación a la normativa de estos productos. Se tomaron 13 muestras de las que un 46% dieron resultados incorrectos por incumplimientos de etiquetado.

➤ **GASÓLEO A**

Otro año más, se ha llevado a cabo esta Campaña para controlar la calidad de este combustible mediante la determinación de los parámetros establecidos en la normativa vigente. Se han tomado 16 muestras, de las que se han recibido 12 resultados, que son correctos.

➤ **APARALLAJE ELÉCTRICO: PROLONGADORES**

Se han analizado 21 muestras, con el objetivo de comprobar el cumplimiento en materia de seguridad así como su adecuación a la normativa. El 19% de las muestras han evidenciado incumplimientos en seguridad y el 33% en etiquetado.

➤ **ENCENDEDORES**

El propósito de la Campaña era verificar el cumplimiento de la normativa en relación a la seguridad de este tipo de productos. De las 20 muestras objeto de Campaña el 50% han resultado incorrectas por irregularidades en cuestiones de seguridad y el 40% por etiquetado.

➤ **JUGUETES EN RISTRA PARA CUNAS Y COCHECITOS**

Se acordó efectuar esta Campaña sobre 20 muestras para comprobar el grado de cumplimiento de adecuación a la normativa de seguridad. De los 11 resultados recibidos el 27% han sido incorrectas por motivos de seguridad y el 9% por etiquetado.

➤ **ROPA INTERIOR DESTINADA A PERSONAS MAYORES**

El objetivo de esta Campaña ha sido verificar la adecuación del etiquetado y composición a la normativa. De las 19 muestras tomadas el 15,7% fueron incorrectas por irregularidades en el etiquetado y el 21% por la composición.

➤ **ROPA PARA BEBES CON AUTOMÁTICOS**

Se tomaron 20 muestras de las cuales el 25% resultaron incorrectas por etiquetado, en el 40% se comprobaron desprendimientos de los automáticos, aplicando como norma de referencia las normas UN EN 71-1 de seguridad de los juguetes.

➤ CHALECOS REFLECTANTES

La Campaña fue programada para verificar los requisitos esenciales de seguridad de los chalecos ante la entrada en vigor en 2004 de la obligatoriedad por parte de los conductores de usar este tipo de prendas al salir fuera de los vehículos. Se ha realizado en 2 fases:

Una en el primer semestre, se controlaron 28 tipos de chalecos detectándose un índice de incumplimientos del 60 % en información obligatoria, si bien el 25 % se refería a falta de información sobre características de los chalecos: instrucciones de uso y mantenimiento y pictogramas. De las 6 muestras que se tomaron, 5 mostraron incumplimientos de la norma de seguridad, si bien se modificó la norma y sólo 2 seguían incumpliendo. Se retiraron del orden de 105.000 unidades del mercado.

La segunda fase ha consistido en la toma de muestras de 11 artículos, de los que no se dispone de resultados.

➤ CONTROL REGLAMENTARIO DE SEGURIDAD DE PRODUCTOS INDUSTRIALES

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 material de seguridad, se ha llevado a cabo, como en años anteriores la Campaña habiéndose tomado 45 muestras tanto de productos eléctricos (luminarias, pequeño electrodoméstico, aparatos de climatización y aparallaje eléctrico) como de máquinas de uso doméstico (componentes intercambiables, pequeña maquinaria y cortafiambres). Los resultados de los ensayos efectuados por el Laboratorio Central Oficial de Electrotécnia (LCOE) y el Laboratorio de Máquinas y Mecanismos han evidenciado incumplimientos por motivos de seguridad en un 80% de las muestras, habiendo dado lugar a 31 Notificaciones de Red de Alerta.

➤ CONTROL DE COMBUSTIBLES

En el marco del Convenio de colaboración con la Fundación Gomez Pardo se han analizado un total de 100 muestras de combustibles de automoción (73 gasóleos y 27 gasolinas) tomadas en colaboración con los Servicios Municipales de los Ayuntamientos en estaciones de servicios de nueve Municipios. De los resultados obtenidos se deduce que teniendo en cuenta los

márgenes permitidos por la repetibilidad y reproducibilidad de los procedimientos utilizados, ninguna de las muestras incumple las especificaciones en vigor.

BALANCE DE ACTUACIONES ANALÍTICAS

La tramitación para cada tipo de asunto, clasificada por productos, se resume en la siguiente tabla de controles analíticos (con tomas de muestras):

Producto Alimenticios	Denuncias	Seguridad	Campañas/ c.prospect	Totales	Cumple	Incumple	Sin Datos
Aditivos			1	1	1		
Bebidas no alcohólicas			3	3			3
Cacao y prep. Café y té			30	30	3	2	25
Cereales – prod. panadería			29	29	16	11	2
Confitería			3	3	1	1	1
Frutas y verduras			13	13	12		1
Frutos cascara – prod. Derivados - Aperitivos		2	7	9	3	2	4
Hierbas – condimentos y especias			4	4	4		
Huevos y derivados			2	2	1		1
Pescados – Crustáceos y moluscos			22	22	19	3	
Preparados alimenticios. Usos nutritivos específicos			1	1	1		
Productos lácteos			11	11	10	1	
Sopas – Potajes - Salsas			36	36	20	9	7
Totales		2	162	164	91	29	44

Productos Industriales	Denuncias	Otras: no de seguridad	Seguridad	Campañas C. Prospectiva	Totales	Cumple	Incumple	Sin Datos
Aparallaje Eléctrico	1	0	2	0	28	0	17	0
Aparatos radio, CD y accesorios	0	0	1	1	2	1	0	1
Artículos infantiles y puericultura	0	6	4	10	20	0	8	12
Broches-chupetes	1	1	5	6	13	2	1	10
Chalecos reflectantes	1	4	6	24	35	1	5	29
Chupetes	0	0	4	0	4	0	4	0
Cuero y prod. cuero	0	3	0	6	9	0	0	9
Electr. Y pequeños electrodom.	1	0	4	42	47	22	12	13
Gasóleo y gasolina	0	1	0	116	117	101	0	16
Guirnaldas	0	0	0	18	18	0	7	11
Impresos y material grabado	0	0	1	0	1	0	1	0
Juguetes	1	9	12	24	46	4	14	28
Juguetes bebes con ristra	0	0	1	19	20	7	3	10
Maquinas depilación eléctrica	0	0	0	13	13	7	6	0
Maquinas oficina y ordenadores	0	2	0	0	2	0	0	2
Material cerámico	0	0	0	20	20	9	11	0
Material deportivo	0	0	0	6	6	0	0	6
Material escolar	0	0	2	12	14	0	5	9
Material iluminación	0	0	1	7	8	1	7	0
Mecheros	0	1	5	20	26	2	23	1
Mobiliario puericultura	0	3	2	0	5	0	1	4
Muebles	0	1	0	5	6	0	5	1
Pilas	0	0	0	5	5	4	1	0
Prendas vestir y piel	0	11	0	25	36	3	7	26
Proa. Industriales	0	0	0	16	16	1	15	0
Proa. Químicos	2	6	3	49	60	15	8	37
Ropa interior mayores	0	0	0	21	21	13	7	1
Ropa de bebe con automáticos	0	0	0	20	20	7	13	0
Termos	0	0	0	19	19	4	15	0
Varios	5	5	9	8	27	5	8	14
TOTALES	12	62	409	512	664	209	204	240

10.5. SEGURIDAD DE LOS PRODUCTOS

Representa una de las líneas más importantes en las actuaciones llevadas a cabo por esta Dirección General, tiene por objeto garantizar la protección y seguridad de los consumidores, desarrollando acciones de vigilancia de mercado y control de productos puestos a disposición de los consumidores y retirando del mercado aquellos productos con riesgo. Durante el año 2004 se han registrado cambios importantes en esta área, con la publicación y entrada en vigor desde el 15 de Enero del Real Decreto 1801/2003 sobre seguridad general de productos, transposición de la Directiva 2001/95 CE, destacando entre las novedades aportadas la obligatoriedad de productores y distribuidores de comunicar a las autoridades autonómicas aquellos casos en los que han detectado la existencia de riesgos en un producto y las medidas adoptadas para evitarlos.

Es de destacar el aumento registrado en el número de notificaciones de red de alerta, hecho que motiva que en este apartado se hayan incluido solo actuaciones no programadas, englobándose las actuaciones programadas (campañas en el apartado anterior de Control de Productos)

Actividades llevadas a cabo: Se Investigan productos con indicios de riesgo por incumplimiento de requisitos de seguridad , bien por disponer de informes de ensayo emitidos por laboratorios, o bien por informes médicos en relación accidentes sufridos por el uso del producto implicado, en estos casos, no siempre se confirma analíticamente que el producto sea inseguro; también se parte de actuaciones llevadas a cabo por otros Organismos (Servicios Municipales de Consumo y otras Comunidades Autónomas).

Se pueden resumir de la siguiente manera:

De seguridad general de los productos: Redes de Alerta:

Es el más importante desde el punto de vista cuantitativo y cualitativo, sobre un total de **652** Redes: 424 europeas y 228 nacionales, 41 han partido de la Comunidad de Madrid, que se desglosan en la Tabla siguiente. Este año se ha registrado un aumento notable en el número de notificaciones (140%), tanto de origen nacional como comunitario.

NOTIFICACIONES DEL SISTEMA DE INTERCAMBIO RAPIDO DE INFORMACION		
EUROPEAS	NACIONALES	COMUNIDAD DE MADRID
424	228	41

Los 41 artículos notificados por la Comunidad de Madrid pueden clasificarse de la siguiente manera:

PRODUCTOS ELECTRICOS	
Electrodomésticos	5
Luminarias	6
Otros	11
ARTICULOS INFANTILES	
JUGUETES	3
ACCESORIOS DE PUERICULTURA	4
MAQUINAS DE USO DOMESTICO	3
AUTOMOVIL Y BICICLETA	4
OTROS	5
TOTAL	41

- Otras actuaciones en seguridad de productos:

Notificaciones **CPSC** de la Comisión para la seguridad de los Productos de Consumo de EE.UU., se realizan actuaciones en el caso de empresas radicadas en Madrid; las primeras investigaciones se dirigen a comprobar si el artículo implicado se comercializa en el mercado nacional y en caso afirmativo, se continúa con los procedimientos de trabajo, encaminados a la retirada del mercado en caso de confirmarse el riesgo.

- Directivas de Nuevo Enfoque:

Amparadas en la política de Nuevo Enfoque Comunitaria e interpuestas por el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, son las **Cláusulas de salvaguardia**, se refieren a artículos no conformes con directivas de baja tensión y máquinas.

- A partir de denuncias de los consumidores: se han tramitado **12** denuncias (directas o transformadas) por falta de seguridad en productos concretos. Los productos denunciados que, en alguno de los casos produjeron algún tipo de accidente a usuarios, pertenecen a las siguientes categorías: juguetes, pequeño electrodoméstico, productos de limpieza, herramientas de bricolaje, etc.

Las investigaciones que se realizan en estos apartados, caso de confirmar el riesgo, pueden finalizar con la iniciación de una Red de Alerta.

- Así mismo, desde la Dirección General de Salud Pública, Alimentación y Consumo se ha seguido, en estrecha colaboración con las Empresas responsables, la revisión y sustitución de más de 8 millones de unidades productos que presentaban riesgos para los consumidores. Este número tan elevado se debe a la retirada del mercado de un juguete que se regalaba con un producto alimenticio, que ocasionó un accidente a un niño; fue detectado al inicio de la promoción y se retiraron 7.900.000 unidades. El incumplimiento se debía a la falta de información sobre el motivo por el que se restringía el uso para menores de 36 meses, constituyendo una importante advertencia para el uso seguro del juguete.

El resto de artículos retirados de la venta, por cuantía, corresponde a chalecos reflectantes, juguetes y artículos eléctricos diversos.

BALANCE DE ACTUACIONES EN SEGURIDAD DE LOS PRODUCTOS

ORIGEN / NATURALEZA	CONTACTOS CON EMPRESAS (TOTALES)		CONTROLES DE PRODUCTOS (TOTALES)		PRODUCTOS RETIRADOS
	ESCRITO /FAX	ACTAS INSPECCIÓN	ACTAS MUESTRAS	INFORMES	
TOTALES	1560	242	62	35	8.186.593

NOTA: SE ADJUNTA DISKETE CON FOTOS

11. INSPECCION DE SERVICIOS

1. *ACTUACIONES NO PROGRAMADAS*
2. *ACTUACIONES PROGRAMADAS*

En este apartado se engloban las actuaciones llevadas a cabo por las Secciones de Inspección de Servicios e Inspección de Servicios de Vivienda, diferenciación que se ha llevado a cabo teniendo en cuenta el elevado número de denuncias, tanto por lo que a compraventa de vivienda se refiere como reformas e instalaciones en el hogar, que requieren un tratamiento diferenciado.

Durante el año 2.004 se ha tratado de optimizar los recursos: incluyendo en campañas las inspecciones motivadas inicialmente por denuncias, en aquellos sectores en los que se encontraba programada la realización de una campaña, también se han realizado inspecciones por campaña en municipios no adheridos a las campañas regionales propuestas para 2004.

11.1. ACTUACIONES 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.

Las actividades desarrolladas en ambas Secciones se pueden resumir:

1) **En Vivienda** se ha observado una disminución en el número de denuncias recibidas respecto del año anterior, aunque se han tramitado casos de gran importancia. Destacan las denuncias formuladas por Comunidades de propietarios, hecho que puede explicar la disminución en el número total, pero que no indica -por ahora- una mejora del sector. Precisamente por el gran número de denuncias colectivas sobre defectos de construcción, se ha contado con un convenio de colaboración con la Asociación Española de Peritos Tasadores Judiciales para su tramitación mediante la emisión de informes técnicos. Por lo que respecta a denuncias sobre reformas del hogar, el número se ha mantenido con respecto a 2003. Por esta Sección, en el

marco de campañas regionales, se han llevado a cabo 2 campañas de inspección: compra venta de vivienda nueva e instaladores de gas.

Finalmente, indicar que durante el año 2004, con motivo de las numerosas denuncias recibidas frente a dos empresas que realizaban intervenciones en instalaciones de gas en domicilios, además del correspondiente expediente sancionador por las infracciones detectadas, se ha suspendido la actividad de las dos citadas empresas por el riesgo que para la seguridad de los usuarios puede representar los trabajos que realicen, por no encontrarse inscritas en el correspondiente Registro de la Dirección General de Industria, Energía y Minas de la Comunidad de Madrid, además de afectar gravemente a los intereses económicos de los consumidores, ya que las intervenciones realizadas no tenían valor a efectos de la preceptiva revisión que cada usuario debe realizar con carácter periódico.

2) Servicios (no vivienda).- Destacan por su importancia, el número de denuncias recibidas en el sector telecomunicaciones: telefonía móvil, contratación telefónica e Internet, por una defectuosa prestación del servicio, no atención en garantía, por los cobros indebidos realizados y sobre todo por la existencia de cláusulas abusivas en los contratos, que limitan de forma importante los derechos de los consumidores. También han tenido una importante repercusión en el número de denuncias los sectores de compraventa y reparación de vehículos, así como los servicios de asistencia técnica y en concreto algunos casos de empresas que realizan actividades de servicios a domicilio, por la no realización de presupuestos, cobros indebidos y/o no entrega de facturas.

Es importante mencionar el convenio de colaboración suscrito con el Centro de Diagnosis de Vehículos de la Comunidad de Madrid, para la gestión de las denuncias sobre vehículos, tanto nuevos como usados, también se ha hecho extensivo para valorar las condiciones de vehículos de ocasión.

Denuncias recibidas en Inspección de Servicios y Vivienda

Sector	Denuncias (directas o transformadas) 2003	Denuncias (directas o transformadas) 2004	Totales
Automóviles	40	72	112
Talleres	71	66	137
Servicios de Asistencia Técnica (SAT)	47	111	158
Enseñanza	14	19	33

Gasolineras	4	17	21
Telecomunicaciones	53	320	373
Otros servicios y suministros	93	293	386
Reforma Hogar	31	80	111
Vivienda	182	207	389
TOTALES	535	1185	1720

Por lo que respecta a la tramitación de las denuncias, se puede diferenciar el siguiente trámite:

TRÁMITE SEGUIDO	INSPECCIÓN DE SERVICIOS Y VIVIENDA	TOTAL
EXPEDIENTE SANCIÓN	1071	1132
ARCHIVO	450	636
OTROS ORGANISMOS	83	136
TOTALES RESUELTAS	1604	1904
EN TRÁMITE	560	784

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, una muy ligera disminución (0,3%) respecto al año 2003. 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 año 2003, es de destacar, tal como puede observarse en la tabla adjunta en la que se resume el número de denuncias recibidas por sector, se registra en el Sector de Reformas del Hogar, un aumento del 9% del número de denuncias recibidas.

□ **Actuaciones llevadas a cabo por reclamación y/o denuncia**

Se han resuelto en las Secciones de Inspección un total de 1904 denuncias, con el destino recogido en la tabla adjunta; 784 se encuentran en alguna fase de trámite, que se expresa en la tabla correspondiente.

Actas de inspección por reclamación: **426**

Informes de verificación de hechos por reclamación: **144**

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 SECTORES) EN INSPECCIÓN DE SERVICIOS Y VIVIENDA

TRÁMITE SEGUIDO	AUTOMÓVILES	TALLERES	SAT	TELECOMUNICACIONES	ENSEÑANZA	GASOLINERAS	OTROS	TOTAL
EXPED. DE SANCIÓN	37	52	45	269	28	9	631	1071
ARCHIVO	43	54	27	26	33	5	262	450
OTROS ORGANISMOS	3	5	7	30	12	0	26	83
TOTALES RESUELTAS	83	111	79	325	73	14	919	1604

EN TRÁMITE	AUTOMÓVILES	TALLERES	SAT	TELECOMUNICACIONES	ENSEÑANZA	GASOLINERAS	OTROS	TOTAL
EN TRÁMITE	32	40	76	84	9	4	315	560

11.2. ACTUACIONES PROGRAMADAS O POR CAMPAÑA

□ CAMPAÑA DE ESTACIONES DE SERVICIO

Objetivos :

- Comprobar la calidad del servicio que se presta a los usuarios de las estaciones de venta de combustibles líquidos (gasolinas y gasóleos de automoción)
- Controlar y verificar el cumplimiento de los requisitos normativos vigentes en materia de protección a los consumidores, dentro del ámbito territorial de la Comunidad de Madrid.

Inspecciones realizadas.-

- Nº establecimientos: Se han inspeccionado un total de 273 gasolineras.
- Han participado inspectores de 16 ayuntamientos incluido Madrid capital.
- Se han inspeccionado un total de 135 instalaciones que cuentan con servicio de lavado de vehículos automóviles.

Resultados:

- Se ha detectado algún incumplimiento a la normativa de protección de los consumidores y usuarios en 142 de las 273 instalaciones inspeccionadas, lo que supone el 52% de gasolineras con irregularidades.

Por irregularidades es de destacar:

* *Información al usuario en los accesos o en carteles o pilares informativos, ausencia de la expresión "Autoservicio en 9,6% casos y*

"horario de la actividad" y los "medios de pago admitidos (8,2%).

* *Información al usuario dentro de las instalaciones: 11% de la instalación de venta más próxima y la Leyenda "Prohibido repostar con las luces encendidas o con el motor en marcha" (5,9%)*

. *Verificación de tanques*

La presencia de agua en tanques se ha detectado en 7 de las 273 gasolineras inspeccionadas: un 2,56% de las inspeccionadas.

Los aparatos de suministro de aire son los que presentan más problemas: en 22 de las gasolineras inspeccionadas no se podía hacer uso adecuado de los mismos (8,1%); seguidos de los de suministro de

agua que no se podían usar en 20 gasolineras (7,3%); y del bombín de achique o similar cuyo uso era imposible usarlo en 17 instalaciones (6,1%).

Servicio de lavado de vehículos automóviles:

Se han detectado cláusulas de exoneración total de responsabilidad en la prestación del servicio. Este tipo de cláusulas se han detectado en 77 de los 135 inspeccionados (57%). No exposición de horario 18,5% y tarifas de los servicios ofertados, que se ha detectado en 15 instalaciones: 11%.

Conclusiones :

Los incumplimientos detectados no se consideran de gran importancia, son irregularidades informativas, que pueden considerarse dispersas (representan menos del 10% en cada caso) afectando sobre todo a la información en los túneles de lavado.

No se debe olvidar que se trata de un sector sobre el que se llevan a cabo campañas con carácter periódico, la última hace 2 años, hecho que puede contribuir a la obtención de los resultados expuestos con anterioridad y que viene a ratificar la importancia que reviste la realización de controles sobre sectores de uso común y generalizado., de cara a una eficaz protección del consumidor.

□ CAMPAÑA DE INSPECCION Y CONTROL DE EMPRESAS INSTALADORAS DE GAS

Objetivos :

- Comprobar el grado de adecuación a la normativa vigente de las empresas que operan en este sector, tanto en el ámbito de la normativa de gas como la de prestación de servicios a domicilio.
- Ejercer la potestad sancionadora y adoptar las medidas oportunas en los casos en que exista: riesgo para la seguridad, fraude en la información, que afecte gravemente a los intereses económicos de los consumidores y en general, defectuosa o incorrecta prestación del servicio.

Inspecciones Realizadas.-

Nº establecimientos visitados : Se han visitado 113 empresas.

Han participado inspectores de 14 Ayuntamientos y la Comunidad ha realizado 21 visitas de inspección en municipios no adheridos a la campaña.

Resultados.-

110 de las 113 empresas instaladoras de gas inspeccionadas incumplen la normativa de protección de los consumidores y usuario, en concreto el Decreto 35/95 sobre prestación de servicios a domicilio, afectando por tanto al 97,34 % de las empresas inspeccionadas. Las irregularidades detectadas se refieren a:

- Ausencia de Hoja informativa de precios, es la más frecuente (50%).

- No se emite presupuesto previo : sólo el 5,8% de las empresas y/o profesionales inspeccionados no realizan presupuesto previo alguno. Pero revisado el contenido se ha detectado que en más del 70% de las empresas, los presupuestos elaborados carecen de alguno de los datos obligatorios exigidos.

Conclusiones.-

Si bien los resultados obtenidos son bastante negativos desde el punto de vista de la protección de los consumidores: un 97,34% de las empresas y/o profesionales del sector inspeccionados incumplen, no se ha detectado ningún incumplimiento en cuanto a las preceptivas inscripciones ante la Dirección General de Industria .

Se han iniciado 84 expedientes sancionadores .

A la vista de estos resultados se pone en evidencia una importante falta de equilibrio en las relaciones entre los profesionales y empresas dedicados a intervenir en los servicios a domicilio y específicamente en las instalaciones de gas de los domicilios de los consumidores y los propios consumidores. Por ello se hace necesaria una mayor vigilancia y control de la Administración y la realización periódica de campañas de inspección en este sector.

- **CAMPAÑA DE INSPECCION Y CONTROL SOBRE LA INFORMACION Y LOS DERECHOS DEL CONSUMIDOR EN LA COMPRA DE VIVIENDA**

Objetivos:

a) Controlar y verificar el cumplimiento, en general, de la normativa de Consumo que es de aplicación y regula la información a suministrar en la compraventa de viviendas, principalmente el R.D. 515/1989.

b) Recoger información relativa al grado y tipos de incumplimiento de la normativa vigente, y su posible relación e incidencia sobre las causas de reclamación, ante los Organismos de Consumo, sancionado los incumplimientos detectados.

Inspecciones Realizadas.-

Nº visitas de inspección: Se han visitado 110 empresas que ofertaban viviendas nuevas, la inspección se ha llevado cabo por inspectores de la Comunidad de Madrid y de 13 municipios.

Resultados.-

Se han puesto de manifiesto incumplimientos del Real Decreto 515/89, sobre protección de los consumidores en cuanto a la información a suministrar en la compraventa y arrendamiento de vivienda:

- No se informa sobre la fecha de entrega y la fase en que se encuentra la promoción en un 44 % de las promociones inspeccionadas
- En cuanto a la expresión de la superficie útil de las viviendas en venta, se ha observado que un porcentaje del 4% no facilitan este dato.
- En la formalización de los contratos de compraventa:
 - Un 12 % de los puntos de información visitados no disponían de modelo de contrato o de información sobre como se va a documentar la contratación.
 - Del estudio del contenido de los contratos se ha observado que:
 - . En el 16% no consta el derecho a la elección de notario que asiste al consumidor.
 - . Un 6% de los casos no hacen constar que el consumidor no soportará los gastos derivados de la titulación que corresponden legalmente al vendedor.
 - En cuanto a la obligación de promotoras de viviendas en venta que no se encuentran totalmente terminadas, de tener copia de los documentos en los que se formalizan las garantías de las cantidades entregadas a cuenta se ha comprobado que 10 % de las promociones en construcción inspeccionadas no disponen de estos documentos.
- En la información relativa al precio y forma de pago de las viviendas se ha detectado así mismo, un importante número de incumplimientos, que afecta a la preceptiva nota explicativa de precios:
 - Un 10 % de los casos no incluye el IVA, por lo que la información sobre el precio real que deberá pagar el comprador es incorrecta.

- Un 22% de los casos en los que se prevén aplazamientos de pago, no se indica el tipo de interés aplicable, las cantidades que corresponda abonar por principal e intereses, los medios de pago admisibles para las cantidades aplazadas y las garantías que debe constituir el comprador por el precio o la parte de él aplazado.

- Finalmente hay que hacer constar la existencia de cláusulas abusivas, en los siguientes documentos:

En contratos, folletos, memoria de calidades, planos, etc) :

Introducción de modificaciones en las características de la vivienda

- Valor no contractual de lo ofertado

Además, en los contratos:

- Imposición de subrogación del crédito hipotecario concertado con el vendedor

- Falta de reciprocidad en caso de incumplimientos de obligaciones.

- Imposición de gastos que corresponden al vendedor (por ejemplo plusvalía)

- Renuncias al fuero que le pueda corresponder al consumidor.

Conclusiones:

Se siguen detectando incumplimientos de importancia en la compraventa de vivienda, en cuanto a información disponible al comprador, sobre cómo está previsto documentar la contratación (modelo de contrato) y su contenido, la información de 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, con independencia del inicio de expedientes sancionadores por las irregularidades señaladas, por su trascendencia para los intereses económicos de los consumidores, está prevista la realización de otra campaña a lo largo de 2005.

□ **CAMPAÑA VENTA VEHICULOS DE SEGUNDA MANO**

Objetivos :

- Comprobar el cumplimiento de la obligación de exhibir los carteles informativos y disponer de la documentación individualizada de cada vehículo prevista en el Decreto 68/2003.
- Comprobar que la información sobre el precio de los vehículos es suficiente y se ajusta a lo dispuesto en la legislación vigente.
- Detectar la presencia de cláusulas abusivas en los contratos de compraventa suscritos con los consumidores.

Inspecciones realizadas.-

Nº establecimientos: Se han visitado 101 empresas que ofertaban venta de vehículos de segunda mano. En la campaña han participado inspectores de 10 municipios y de la Dirección General de Salud Pública, Alimentación y Consumo.

Resultados:

Se ha comprobado que 58 establecimientos han presentado algún tipo de irregularidad, cifra que representa un 57% de los visitados.

En cuanto al tipo de incumplimientos se pueden diferenciar:

- Un 14 % de los establecimientos no disponía de documento informativo individualizado de cada vehículo para entrega al consumidor y entre los que disponían un 20 % no incluía todos la información obligaría.
- Un 12 % de los establecimientos no disponía de cartel informativo expuesto sobre cada vehículo y de los que lo tenía un 14% no figuraba toda la información obligatoria.
- Un 4% no exhibía cartel con el precio del vehículo.

- Un 8% no garantizaban la conformidad del automóvil y respecto al contenido de las garantías se detectó que un 4 % incluían cláusulas abusivas.
- En cuanto a la publicidad, un 4% no acreditaba lo que anunciaba.
- El 18 % de los establecimientos carecía de hojas de reclamaciones.

Conclusiones:

Los resultados supone una mejora substancial sobre la campaña anterior, si bien se debe mejorar respecto a la información que se debe ofrecer sobre el vehículo y sobre la tenencia de hojas de reclamaciones, por lo que sería conveniente volver a realizar una campaña en el sector en próximos años.

□ CAMPAÑA DE COMERCIO ELECTRÓNICO POR INTERNET EN PRESTADORES DE SERVICIOS

Objetivos :

Comprobar que los prestadores de servicios y artículos dispuestos para su venta al público en las páginas electrónicas, ofrecen una información suficiente sobre las características del producto o servicio ofrecido, así como su precio incluido impuestos y de forma clara, separado de transportes y otros conceptos.

Comprobar que se informa del derecho de desistimiento o devolución y caso de que no figure en la propia página, solicitar un ejemplar de modelo que utilizan (se supone lo facilitan en el momento de entrega del producto).

Comprobar que se facilitan las páginas WEB comerciales la identidad del titular, incluyendo nombre o razón social y domicilio

Inspecciones realizadas.-

Nº establecimientos visitados: 15 Páginas Web de prestadores de servicios

Nº establecimientos con irregularidades 15.-

Resultados:

De las 15 páginas visitadas, 3 eran de mudanzas, 3 de servicios, 2 de catering bodas y fiestas, 2 de cuidados de niños y una de tintorerías, una de arreglo de ropa, una de limpieza de cristales, una de ADSL y una de servicio domestico

De las 15 de las páginas comprobadas 9 no identifica la razón social del responsable de la misma y en 5 no consta su domicilio

En 15 de los casos, ninguna indica si el precio es total incluidos los impuestos (iva en su caso).-

Conclusiones:

Los datos obtenidos en su conjunto no son buenos si bien la campaña se había orientado hacia una prospección de un muy limitado número de visitas a prestadores de servicio, un aspecto mucho menos controlado que la venta de productos, por lo que se debe incidir en estos prestadores de servicio en la obligación de identificarse ante el consumidor con su razón social y domicilio y no solo con un nombre comercial. Vistos los resultados y se propone continuar esta Campaña en años sucesivos con una mayor número de visitas .

□ **CAMPAÑA DE INSPECCION Y CONTROL SOBRE LA INFORMACION Y CUMPLIMIENTO DE LOS DERECHOS DEL CONSUMOR COMPRA DE VIVIENDA EN INTERMEDIARIO (INMOBILIARIAS)**

Objetivos:

- Exposición, y/o disponibilidad al público, de tarifas de todos los servicios que presta.
- Comprobar la veracidad y correspondencia con la realidad, de las ofertas que publicitan sobre el precio y la financiación, en la existencia de un caso real que corresponda con el ofertado, la carencia de avales, etc..
- Real disponibilidad de la nota de encargo del propietario, cuando se oferta una vivienda (venta o alquiler).
- Existencia de nota de encargo para cualquier servicio adicional prestado.
- Emisión de facturas por los servicios prestados.
- Cumplimiento del Real Decreto 515/1.989, cuando sea de aplicación.

Inspecciones realizadas :

Nº establecimientos visitados: 25

Nº establecimientos con irregularidades 15.

Se ha llevado a cabo por inspectores de la Dirección de Salud Pública, Alimentación y Consumo.

Resultados :

- 4 de ellas no exhibían la información sobre el coste de sus servicios
- 4 no disponían de la información preceptiva sobre las viviendas
- 3 casos se detectó falta de veracidad informativa (publicidad engañosa)
- 2 carecían de hojas de reclamaciones Respecto al cumplimiento de información sobre

Conclusiones:

Los resultados indican un elevado porcentaje de incumplimiento tanto en dato de información del establecimiento intermediario, como son principalmente sus honorarios como en ausencia de datos necesarios de la propia vivienda, tales como datos en el registro de la propiedad y posibles cargas, superficie útil, etc por lo que sería conveniente a corto plazo plantear nuevamente campaña de vivienda centrada en los intermediarios.

□ CONTROLES GENERALES EN PRESTADORES DE SERVICIOS

Objetivos:

- Comprobar que se exhiben de forma visible el precio de los servicios que prestan.
- Comprobar que se exhiben las leyendas obligatorias de información al Consumidor
- Comprobar que en todo tipo de establecimiento disponen de hojas reglamentarias de reclamaciones.
- Detectar la existencia de cláusulas abusivas en documentos

Inspecciones realizadas.-

El número de establecimientos visitados: 503

Han participado en la Campaña los inspectores de 15 Ayuntamientos que ha realizado de 196 inspecciones, siendo el resto realizadas por inspectores de la Comunidad de Madrid.

Se han realizado en una variada representación de establecimientos y empresas que prestan servicios al consumidor o usuario final. Entre ellos los que a continuación se detallan:

- | | |
|-------------------------------------|---|
| · Academias de enseñanza | - Servicios funerarios |
| · Aparcamientos | - Servicios de reprografía y fotocopias |
| · Centros de estética y belleza | - Servicios de estudio y revelado fotográfico |
| · Establecimientos de ocio infantil | - Talleres de reparación de vehículos |
| · Gasolineras | - Tintorerías |

- Grúas - peluquerías
- Locutorios telefónicos - reparación calzado

- Servicios de asistencia técnica (de aparatos de uso doméstico).
- Servicios a domicilio (de fontanería, instaladores de gas reformas del hogar, electricidad, instaladores de cocinas, instaladores de suelos, cerrajería, etc...)

Resultados:

Nº establecimientos con irregularidades: 191

❖ Las irregularidades más frecuentes son las relativas a las hojas de reclamaciones: 43 establecimientos no disponen de hojas de reclamaciones, y 44 no exhiben el cartel anunciador de las mismas.

❖ En el resto de aspectos controlados en relación con la prestación del servicio no se han detectado incumplimientos significativos de la normativa de consumo, ya que el porcentaje de establecimientos irregulares es mínimo o incluso nulo:

- Un 19 % de los establecimientos inspeccionados no exhibe el precio de venta al público de los servicios ofrecidos
- Tan sólo el 1 de los establecimientos no cuentan con las autorizaciones preceptivas para el ejercicio de la actividad.
- Se ha detectado la presencia de cláusulas en tres establecimientos.

Conclusiones:

Se observa una mejoría cuantitativa respecto a años anteriores respecto al número de establecimientos que presenta una irregular respecto a los aspectos generales que inciden en la información y vías de reclamación del consumidor que son los aspectos que se controla en esta campaña.

ACTUACIONES PROGRAMADAS CAMPAÑAS DE INSPECCIÓN Y CONTROL DE SERVICIOS

CAMPAÑA DE INSPECCIÓN Y CONTROL	NÚMERO DE INSPECCIONES	Nº ESTABLECIMIENTOS IRREGULARES /
ESTACIONES DE SERVICIO	273	142
EMPRESAS INSTALADORAS GAS	113	110
COMERCIO ELECTRÓNICO POR INTERNET	15	15
COMPRAVENTA DE VIVIENDA	110	48
INMOBILIARIAS	25	15
CONTROLES GENERALES DE SERVICIOS	503	191
TOTALES	1039	521

ACTUACIONES DE OFICIO (INSPECCIÓN DE SERVICIOS Y VIVIENDAS)

De las 96 actuaciones (59 proceden de COMUNICACIONES de otras Comunidades Autónomas), este es el trámite seguido:

Archivo	18
Expediente sanción	56
Inhibiciones a otros organismos	7
En trámite	15
TOTAL	96

12. ACTIVIDAD SANCIONADORA

1. *TRAMITACION DE EXPEDIENTES SANCIONADORES*
2. *TRAMITACION DE RECURSOS*
3. *GESTION DE INGRESOS*

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.

12.1. TRAMITACIÓN DE EXPEDIENTES SANCIONADORES

12.1.1. INICIACIÓN DE EXPEDIENTES

Durante el año 2004 se han incoado un total de 719 expedientes sancionadores, cifra que iguala el número de 1999, rompiendo la tendencia registrada en los últimos años. Este hecho no significa que la situación del mercado haya empeorado, sino que se han ampliado los controles y optimizado los recursos, tal como se ha indicado en el apartado 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.

12.1.2. 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, si bien se observa un aumento en la contribución de las actuaciones realizadas con motivo de campañas de inspección y control durante 2004.

EXPEDIENTES INCOADOS POR ACTUACIÓN	
ACTUACIÓN	EXPEDIENTES
DENUNCIA	541
CAMPAÑAS DE INSPECCIÓN	135
OFICIO	43
TOTAL	719

EXPEDIENTES INCOADOS POR SECTORES	
SECTOR	EXPEDIENTES
BIENES (CON EXCLUSIÓN DE VIVIENDA Y DE AUTOMÓVILES USADOS)	142
AUTOMÓVILES	77
GASOLINERAS	27
S.A.T.	31
TALLERES	47
OTROS SERVICIOS	114
VIVIENDA	179
ALIMENTACIÓN/ FRAUDE	9
REFORMAS DEL HOGAR	59
SUMINISTROS	34
TOTAL	719

Como puede observarse, el sector vivienda es sobre el que se ha incoado un mayor número de expedientes, seguido de bienes. Destacan también sectores como automóviles y estaciones de servicio, sobre los que se han llevado a cabo campañas regionales. Hay que hacer constar que los expedientes incoados en el sector

Alimentación, se deben a infracciones relativas a incumplimientos en las ofertas, en lo relativo a indicación de precios y/o publicidad.

12.1.3. 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 2004: 595 han sido sancionados, 11 fueron archivados y 2 fueron suspendidos.

EXPEDIENTES RESUELTOS	
TRATAMIENTO	EXPEDIENTES
SANCIONADOS	595
ARCHIVADOS	11
SUSPENDIDOS (SOBRESEÍDOS)	2
TOTAL	608

En la tabla adjunta, se clasifican el número de expedientes resueltos según la gravedad de sus infracciones, si bien las infracciones muy graves se refieren solamente a 40 empresas, el importe de las sanciones de estas empresas supone más del 50% del importe total impuesto.

EXPEDIENTES RESUELTOS POR CALIFICACIÓN DE LAS INFRACCIONES		
CALIFICACIÓN	EXPEDIENTES	EUROS
LEVES	298.....	188.144
GRAVES	257.....	1.611.978
MUY GRAVES	40.....	2.592.994
TOTAL	595	4.393.116

EXPEDIENTES SANCIONADOS (RESUELTOS)		
AUTOMÓVILES	077	135.034
GASOLINERAS	19	27649
S.A.T.	20	141873
TALLERES COCHES	49	92385
ALIMENTACIÓN	9	5.650
REFORMAS DEL HOGAR	51	141.641
SUMINISTROS	21	137.906
VIVIENDA	168	2.909.240
OTROS BIENES Y SERVICIOS	181	801.738
TOTAL	595	4.393.116

SANCIÓN MEDIA POR SECTORES	
SECTOR	CUANTÍA EN EUROS
BIENES	2.946,62
SERVICIOS	3.904,63
VIVIENDA	17.316,90
ALIMENTACIÓN/FRAUDE	627,77
REFORMAS DEL HOGAR	2.777,27
SUMINISTROS	6.566,95
MEDIA TODOS LOS SECTORES	5.690,02

Como se puede comprobar, los dos sectores que superan la sanción media, son Vivienda y Suministros.

12.2. TRAMITACIÓN DE RECURSOS

12.2.1. 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.

12.2.2. 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 INTERPUESTOS EN 2004	
TIPO RECURSO	RECIBIDOS
ALZADA	243
REPOSICIÓN	26
REP. CONTRA NOTIFICACIÓN PAGO	1
REVISIÓN	3
CONTENCIOSO-ADMINISTRATIVO	86
TOTAL	359

12.3. 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 2004 ha sido de **1.654.085,38 euros**, y el número total de expedientes que han dado lugar a ingresos ha sido de **410 expedientes**.

13. ASUNTOS GENERALES

Esta sección da cobertura tanto a la Dirección General como, en parte, 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.

Además de las anteriormente mencionadas hay que resaltar las siguientes funciones

□ **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.

□ **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.

□ **Gestión del parque móvil y del personal adscrito.**

Nuestra Dirección General cuenta con dos conductores en plantilla y 4 vehículos oficiales.

Los conductores realizan la “ruta” diaria a primera hora de la mañana y posteriormente acompañan 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 Dirección General de Recursos Humanos las modificaciones y variaciones 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 Dirección General de Recursos Humanos 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 cincuenta personas.

Los trabajadores que recibieron formación informática presencial fueron cincuenta y dos. Recibieron formación informática virtual a través de la intranet veinte personas.

□ **Gestión económica y presupuestaria.**

Elaboración del Anteproyecto de Presupuestos de los dos programas económicos que gestionamos (705 y 766) 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 contables y remitiéndolos a la Oficina Presupuestaria.

Gestión administrativa de los expedientes de contratación de servicios externalizados y de los contratos de servicios y de asistencia técnica y gestión administrativa de los proyectos de Ordenes de Subvención para su aprobación y publicación, así como de los Convenios de Colaboración.

Seguimiento de la ejecución presupuestaria a través de las memorias periódicas en relación con el cumplimiento de objetivos y actividades realizadas durante el ejercicio económico.

14. BALANCE GENERAL DE ACTUACIONES

➤ INFORMACIÓN

Nº Consultas totales: 22.533

Sector más consultado: Telefonía fija (incluido Internet
 Vivienda
 Automóvil

❑ **Campañas de información:**

Divulgación del Sistema Unificado de Reclamaciones (Hojas de Reclamaciones). A través de personal de la Dirección General.

❑ **Folletos divulgativos:**

- Consejos para usuarios de los talleres de reparación de automóviles.
- Guía para la contratación de enseñanza no reglada en la Comunidad de Madrid.
- Derechos de los consumidores en el servicio de grúas para automóviles
- Impida el uso fraudulento de su tarjeta bancaria.
- Novedades en materia de servicios de tarificación adicional (S.T.A.)

➤ CONSEJO DE CONSUMO: ACCIONES MÁS RELEVANTES

- Presentación del Plan Integral de Consumo
- Aprobación de la Propuesta de modificación del Decreto 1521/2001, por el que se aprueba el reglamento que desarrolla la Ley 11/1990 de 9 de julio de Protección de los Consumidores de la Comunidad de Madrid

➤ RECLAMACIONES:

Recibidas:	11322
Trasladadas a otros organismos externos:	3370
Trasladadas a control de mercado:	1530
Trasladadas al Instituto Regional de Arbitraje de Consumo:	1468
Tramitadas por mediación:	4945

❑ **Reclamaciones por Sectores:**

Los sectores en los que mayores problemas se presentan son los siguientes:

- Telecomunicaciones (suministro del servicio (telefonía fija, móvil e internet).....2.299 reclamaciones (20.3%)
- Talleres de reparación de automóviles.....869 reclamaciones (7.67%)
- Vivienda (principalmente compra).....865 reclamaciones (7.64%)
- Servicios de Asistencia Técnica (S.A.T.)....455 reclamaciones (4%)

- Transporte de viajeros.....426 reclamaciones (3.76%)
- Reformas del hogar.....344 reclamaciones (3.03%)
- Teléfonos móviles.....295 reclamaciones (2.6%)
- Automóvil nuevo.....285 reclamaciones (2.51%)
- Espectáculos/ocio.....276 reclamaciones (2.43%)
- Electrodomésticos (gama marrón).....259 reclamaciones (2.28%)
- Muebles.....246 reclamaciones (2.17%)
- Tintorerías.....214 reclamaciones (2%)
- Textil.....236 reclamaciones (2.08%)

Reclamaciones resueltas por mediación: 46,4 %

➤ **EDUCACIÓN Y FORMACIÓN EN CONSUMO**

Talleres de consumo a escolares: 898 asistentes: 24125
 Cursos, charlas y jornadas para consumidores adultos:74 asistentes: 1859
 Cursos de formación de especialistas en consumo:3 asistentes: 91

➤ **FOMENTO DE LA POLÍTICA DE CONSUMO**

Comisión Regional de Política de Consumo (C.R.P.C.) – 1 reunión.
 Celebración de los II Encuentros de OMIC
 Grupos de trabajo de la C.R.P.C – 13 reuniones.
 Convenios con Ayuntamientos: 35 Cuantía total: 433.295,9 €
 Subvenciones Ayuntamientos: 38 Cuantía total: 673.533,54 €

➤ **ASOCIACIONES DE CONSUMIDORES.**

Convenios: 4 Cuantía total: 210.000 €
 Subvenciones: 8 Cuantía total: 245.068 €
 Celebración del I Foro de Asociaciones de Consumidores de la Comunidad de Madrid.

➤ **DENUNCIAS**

❑ Denuncias recibidas en el Servicio de Inspecc. y Control:2.111

❑ Denuncias resueltas1.904

➤ **CONVENIOS**4

➤ **PROGRAMAS DE INSPECCION**

❑ Programas de Inspección sin analítica:.....12

❑ Programas de Inspección con analítica.....4

❑ Programas sólo analíticos 17

❑	Total programas de inspección.....	16
❑	Total programas analíticos	21
➤	REDES DE ALERTA	
❑	Redes de alerta totales	652
❑	Redes de alerta CCAA	228
❑	Redes de alerta CCAA iniciadas por Comunidad de Madrid.....	41
➤	ARTÍCULOS RETIRADOS.....	8.186.593
➤	ACTAS DE INSPECCIÓN	709
➤	TOMAS DE MUESTRAS.....	828
➤	EXPEDIENTES SANCIONADORES	
❑	Expedientes sancionadores iniciados.....	719
❑	Expedientes sancionadores resueltos.....	595
❑	Cuantía total sanciones impuestas.....	4.393.116 €