

# Plan Integral para la Protección del Consumidor de la Comunidad de Madrid



**Comunidad de Madrid**

CONSEJERIA DE SANIDAD Y CONSUMO

Dirección General de Consumo



**Biblioteca  
virtual**

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



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



Introducción . 3



Finalidad del plan . 5



Objetivos . 6



Líneas de actuación . 7



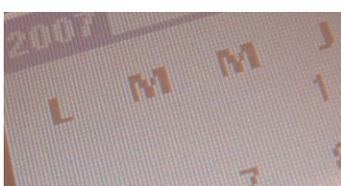
Principales acciones . 9



Recursos humanos . 15



Organos implicados . 17



Cronograma . 21



Seguimiento del plan . 22





# Introducción

Desde que el 15 de marzo de 1962 el presidente de los Estados Unidos John F. Kennedy se dirigió al Congreso con la famosa frase "we all are consumers" (todos somos consumidores), la protección de los derechos de los consumidores ha evolucionado, en todo el mundo, hasta alcanzar los elevados niveles con que cuenta actualmente.

Aunque España se incorporó a las políticas de consumo con un cierto retraso, no ha sido ajena a esta evolución y en los últimos 20 años se ha producido un espectacular desarrollo que, a veces, se ha visto impulsado por acontecimientos tan desgraciados como la intoxicación masiva por aceite de colza de principios de los años ochenta.

## La Constitución de 1978

El punto de partida es el Art. 51 de la Constitución española de 1978, que eleva a rango constitucional la obligación de los Poderes Públicos de proteger, mediante procedimientos eficaces, la salud, la seguridad y los legítimos intereses económicos de los consumidores y usuarios, así como la necesidad de promover su información y educación, fomentar sus organizaciones y oírles en las cuestiones que puedan afectarles. En este sentido, hay que reseñar que el ordenamiento estatal, si bien se refiere a consumidores y usuarios, no define ambos conceptos ni les atribuye diferentes efectos jurídicos, por lo que se estima innecesario mantener tal dualidad, tal y como se especifica en el Preámbulo de la Ley 11/1998, de 9 de julio, de Protección de los Consumidores de la Comunidad de Madrid.

## La Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios

Sin embargo, no es hasta la promulgación de la **Ley 26/1984, de 19 de julio, General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios**, cuando se crea el auténtico soporte jurídico primario de las políticas de protección al consumidor, enunciando los derechos básicos de los consumidores y desarrollándolos a lo largo de su articulado.

Otro paso importante para el desarrollo de la protección de los consumidores fue la adhesión de España a la Comunidad Económica Europea en 1986, lo que supuso su incorporación a las políticas comunitarias de consumo. En el ámbito comunitario, la protección de los derechos de los consumidores ha experimentado un importantísimo avance en los últimos años, con la introducción, en el Tratado de Maastricht, del artículo 129A, dedicado a la protección de los consumidores, y la creación en 1995 de la Dirección General XXIV, encargada de las políticas que les afectan.

La creación de las oficinas municipales de información al consumidor (OMIC) en los años ochenta supuso una importante intervención por parte de la Administración en la potenciación de la protección al consumidor, ya que, si hasta entonces éste debía enfrentarse de una manera aislada ante una merma de sus derechos, con la creación de lasOMIC el papel mediador de la Administración ha permitido canalizar las reclamaciones y demandas de protección.

## La normativa de la Comunidad de Madrid

Por lo que respecta a la Comunidad de Madrid, con la ampliación de competencias conferidas por la Ley Orgánica 10/1994, de 24 de marzo, de Reforma del Estatuto de Autonomía, se incorporó la



competencia para el desarrollo legislativo de la materia de defensa del consumidor, de acuerdo con las bases y la ordenación de la actividad económica general y la política monetaria del Estado, así como con las bases y coordinación general de la sanidad. En ejercicio de esa competencia se promulgó la **Ley 11/1998, de 9 de julio, de Protección de los Consumidores de la Comunidad de Madrid**, con la que se pretende conseguir, tal y como se indica en su Preámbulo, "un elevado grado de protección de los consumidores". Dicha Ley se ha complementado con el **Decreto 152/2001, de 13 de septiembre, por el que se aprueba su Reglamento**, así como con la promulgación de numerosas normas sectoriales.

A la vista de lo anterior, se puede afirmar que las Administraciones Públicas competentes han hecho un gran esfuerzo para cumplir el mandato constitucional del Art. 51, siendo innegable que, en la actualidad, las políticas de protección al consumidor en España, y particularmente en la Comunidad de Madrid, son una realidad firme y en continuo desarrollo.

## Modificación del papel del consumidor

Tampoco se puede obviar el hecho de que el papel del consumidor se está viendo modificado. Así, por una parte, el crecimiento económico ha acelerado el ritmo de la producción, mientras que la expansión del comercio mundial está aproximando productos de otros mercados a los consumidores, con el consiguiente aumento de la oferta. A su vez, el desarrollo económico ha facilitado la mejora del nivel educativo de la población, contribuyendo a que los consumidores sean más capaces de procesar la información que reciben y de orientar conscientemente sus pautas de consumo. Además, el aumento de las rentas implica un aumento de la demanda. En definitiva, que el consumidor también ha evolucionado, disponiendo ahora de mucha más información y capacidad de decisión de la que tenía hace veinte años.

Esto no significa que ya no necesite protección. Al mismo tiempo que aumenta su nivel educativo y su nivel de vida, la sociedad en la que se desenvuelve se está transformando a pasos agigantados, debiendo enfrentarse a nuevas formas de consumo muy alejadas de las tradicionales y para las cuales no está preparado (comercio electrónico, internet, etc.). Esto, unido a la modificación de los hábitos de consumo (más orientados ahora hacia los servicios) y al sutil cambio de actitud que se está experimentando en los consumidores, con una mayor preocupación por el medio ambiente y por el consumo sostenible, hace que la Administración deba evolucionar en sus políticas de protección de los consumidores, adaptando sus actividades a las necesidades actuales.

En definitiva, se puede decir que, una vez implantada la cultura del consumo en la sociedad y las políticas de protección de los consumidores por parte de las Administraciones competentes, es necesario consolidar los logros obtenidos y avanzar para hacer frente a los nuevos problemas con los que se encuentran los ciudadanos en cuanto consumidores, implicándoles en la consecución de objetivos.

Y para ello, la Comunidad de Madrid, a través de la Consejería de Sanidad y Consumo, ha elaborado este Plan Integral, 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 cuatro años.





# Finalidad del plan

Como ya se ha adelantado, el Plan Integral para la Protección del Consumidor de la Comunidad de Madrid traza las líneas maestras de la política de consumo de la Comunidad de Madrid de 2004 a 2007, con el fin de desarrollar y hacer efectivo el mandato constitucional de proteger, mediante procedimientos eficaces, la salud, la seguridad y los legítimos intereses económicos de los consumidores.

En esta línea, 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, por constituir éstas el cauce natural y más directo de participación de los ciudadanos en las políticas de consumo (tal y como se contempla en el párrafo 2 del Art. 51 de la Constitución). Para ello, el Plan cuenta con el instrumento del **Consejo de Consumo de la Comunidad de Madrid**, máximo órgano consultivo en materia de protección de los consumidores en la Comunidad y que se verá potenciado por esta Administración.

Para crear un marco global es imprescindible que exista una adecuada coordinación entre las diferentes Administraciones con competencias en materia de protección al consumidor, por lo que la comunicación e intercambio de información con la Administración del Estado (a través del Instituto Nacional del Consumo) y con otras Comunidades Autónomas, es esencial. No obstante, es con los Ayuntamientos de la Comunidad con los que se deberá desarrollar un mayor nivel de coordinación, de forma que los consumidores se encuentren con el mismo nivel de protección en todo el territorio. Para conseguir esta homogeneidad y coordinación se potenciará la **Comisión Regional de Política de Consumo**.

Ambos instrumentos, Consejo de Consumo de la Comunidad de Madrid y Comisión Regional de Política de Consumo, constituyen un apoyo a la **Dirección General de Consumo y al Instituto Regional de Arbitraje de Consumo**, que sustentan el desarrollo de la política de consumo en la Comunidad de Madrid.

## Consumo responsable, solidario, sostenible y participativo

Por último, conscientes de que un consumidor informado y adecuadamente formado es el mejor defensor de sus derechos, este Plan Integral pretende conseguir un máximo nivel de información a los ciudadanos sobre los temas de consumo que les puedan afectar, así como impulsar la educación, empezando por la escuela y demás escalones educativos, sin olvidar la educación de colectivos especialmente sensibles y desprotegidos: ancianos, minusválidos, inmigrantes, etc; al mismo tiempo que se facilita al consumidor la presentación ante la Administración de las demandas y denuncias, en los casos en que hayan sido lesionados sus derechos.

En definitiva, el fin último de este Plan Integral es conseguir en la Comunidad de Madrid un **consumo responsable, solidario, sostenible y participativo**.





# Objetivos

## Objetivos generales

Los objetivos generales del Plan Integral tienen como referente el artículo 51 de la Constitución:

1. Establecer las medidas para que los productos y servicios puestos en el mercado cuenten con todas las garantías, para que quede asegurada **la protección de la salud de los consumidores**.
2. Establecer los mecanismos precisos para que los productos que se comercializan cumplan la normativa que les es de aplicación, especialmente en lo que se refiere a fabricación y etiquetado, de forma que, en condiciones normales, puedan usarse con toda normalidad, dando así cumplimiento al mandato constitucional de **proteger la seguridad de los consumidores**, y, especialmente, en el caso de los colectivos más vulnerables (niños, ancianos y discapacitados).
3. Llevar a cabo actuaciones para que los consumidores madrileños dispongan de elementos suficientes para tomar decisiones responsables al realizar actos de consumo, conjugando la libertad de empresa con **la protección de los legítimos intereses económicos de los consumidores**.
4. Fomentar la educación e información de los consumidores a través de **la potenciación de sus organizaciones**, implicando a éstas en las actividades generadas por la Administración.

## Objetivos específicos

1. Reforzar la información y la educación del ciudadano para **lograr un consumo responsable**.
2. Potenciar las relaciones con las asociaciones de consumidores, las organizaciones empresariales y con todos los agentes que intervienen en los procesos de consumo, para reforzar la labor de **prevención**, al tiempo que se fomenta su implicación en el logro de estos objetivos.
3. Establecer un marco común de actuación entre las diversas Administraciones competentes en materia de consumo con el fin de que la **coordinación entre Administraciones** sea una realidad.
4. Desarrollar los sistemas de resolución extrajudicial de conflictos de consumo a través de la mediación, la concertación y, en especial, el arbitraje de consumo, de manera que se garantice a los ciudadanos la **accesibilidad, simplificación y eficacia en sus relaciones con la Administración** garante de sus derechos.
5. Establecer un adecuado y eficaz control del mercado que permita garantizar el derecho del consumidor a la defensa de su salud, seguridad y legítimos intereses económicos, y la **libre competencia**.
6. Consolidar el papel de la Administración de la Comunidad de Madrid como **garante de los derechos de los consumidores**, a través de los órganos de ella dependientes: el Consejo de Consumo, el Instituto Regional de Arbitraje de Consumo, la Comisión de Política Regional de Consumo y el Comité Técnico de la Seguridad en el Consumo de la Comunidad de Madrid.
7. Facilitar a los consumidores la presentación ante la Administración de consumo de sus reclamaciones, denuncias o quejas mediante el **empleo de las nuevas tecnologías de la información**.





# Líneas de actuación

## 1. Desarrollo de actuaciones para una mejora continua de la protección de la seguridad de los consumidores.

En este sentido, y en la línea con los planes y programas que la Unión Europea, se pretende, por un lado, reforzar los controles de los productos puestos en el mercado, especialmente aquellos que, por su uso común y generalizado, son susceptibles de afectar a un numeroso grupo de consumidores (pequeños electrodomésticos, juguetes, etc.), con el fin de comprobar si se adecuan a las exigencias de seguridad que marcan las normas, manteniendo un estrecho contacto con otras Administraciones, especialmente, las locales y la del Estado. Para ello, se cuenta ya con la red de alerta rápida de información, que asegura que, si existe un producto peligroso en el mercado, la información circule rápidamente entre todas las Administraciones implicadas en su control.

Por otro lado, además de reforzar los controles, es fundamental realizar labor de información. Esta labor de información se desarrollará en dos direcciones:

- **A los consumidores** en un doble sentido: por un lado, informándoles adecuadamente cuando exista un producto peligroso en el mercado, tal y como establece la normativa vigente, de forma que se evite su utilización. Y, por otro, informándoles sobre los riesgos que un uso inadecuado de un determinado producto puede conllevar para su seguridad.

- **A los productores** (entendiendo éstos en sentido amplio, es decir, todos aquellos implicados en la cadena de producción, distribución y comercialización), mediante información acerca de las normas nacionales y comunitarias aplicables.

Todo ello con apoyo e implantación de las nuevas tecnologías de la información.

Por último, es fundamental reforzar la colaboración con los distintos laboratorios y centros de ensayo que puedan ayudar a la Administración a determinar si los productos son seguros.

## 2. Incremento de las medidas para garantizar la protección de los legítimos intereses económicos de los consumidores.

Cada vez más, los problemas de los consumidores están relacionados con este apartado, debido, por un lado, al extraordinario esfuerzo que en los últimos veinte años se ha llevado a cabo por parte de la Administración para proteger la salud y la seguridad de los consumidores, y de otro lado, al cambio que en los hábitos de consumo se está produciendo debido a la globalización, el incremento del nivel de vida y los avances tecnológicos.

La protección de los legítimos intereses económicos de los consumidores se llevará a cabo mediante dos vías de actuación complementarias:

- **Prevención**, para lo cual se promoverá el diálogo con los sectores empresariales, fomentando la colaboración con sus organizaciones. Esto hará que los productos y servicios puestos a disposición de los consumidores sean sanos y seguros, se ajusten a lo que publicitan, y sirvan plenamente para el uso al que están destinados. Asimismo, se impulsará el autocontrol y la creación de códigos de buenas prácticas, especialmente en los sectores más críticos.



- **Control del mercado**, velando por la veracidad de la publicidad, las garantías y el control de las cláusulas abusivas en los contratos, con una particular incidencia en los sectores más susceptibles de lesionar los derechos de los consumidores: vivienda, telefonía, internet, etc.

### **3. Potenciación de la información y la educación en materia de consumo.**

La información y la educación en materia de consumo son un derecho legalmente exigido y la base principal para la consecución de un consumo responsable.

Sólo si los ciudadanos conocen cuáles son sus derechos y sus obligaciones como consumidores pueden tener la posibilidad de elegir, libremente, los productos y servicios que el mercado pone a su alcance y ejercer sus derechos con toda garantía.

Para ello, se incrementarán las actuaciones informativas, para que la información llegue a todos los puntos de la Comunidad de Madrid y a todos sus ciudadanos. También se impulsarán las actuaciones educativas al consumidor, empezando por los centros educativos y por los cursos de postgrado, y haciendo especial hincapié en los colectivos más desprotegidos.

### **4. Potenciación de las líneas de colaboración con las asociaciones de consumidores.**

Las asociaciones de consumidores constituyen el principal cauce de representación de los consumidores, por lo que se fomentará su actividad desde la Administración de la Comunidad de Madrid, reforzando las líneas de colaboración establecidas y creando nuevos espacios de colaboración, de forma que su opinión esté presente en todas las actuaciones que la Administración lleve a cabo en materia de protección de los consumidores e implicándolas en la consecución de los objetivos marcados.

Asimismo, se fomentará por parte de la Administración el asociacionismo en materia de consumo.

### **5. Fomento de la coordinación entre las distintas Administraciones con competencias en materia de consumo.**

La protección al consumidor es una materia sobre la que existen competencias concurrentes entre distintas Administraciones, por lo que la coordinación de las actuaciones se revela fundamental. Esto es, especialmente importante, cuando hablamos de relaciones entre la Administración de la Comunidad de Madrid y las distintas Administraciones locales.

Se potenciará la colaboración entre Administraciones, con el fin de optimizar los medios con los que cuenta cada una de ellas (puntos de información, personal inspector, etc.) y conseguir que la política de protección al consumidor sea lo más homogénea posible, dentro del territorio de la Comunidad, de forma que un ciudadano no se encuentre más o menos protegido en función del municipio en el que resida.

### **6. Desarrollo de los cauces precisos para facilitar a los ciudadanos el acceso a los servicios de la Administración.**

En un mundo dominado por las nuevas tecnologías, la Administración está obligada a poner los medios técnicos necesarios para facilitar al ciudadano sus relaciones con ella. Para ello, la Comunidad de Madrid establecerá las medidas necesarias para que los consumidores puedan formular sus quejas, reclamaciones y denuncias por medios telemáticos y puedan acceder a la información que precisen: legislación, productos peligrosos, etc.





# Principales acciones

## Mejoras en la protección de la seguridad de los consumidores

- Puesta en marcha de campañas preventivas de control de mercado.
- Potenciación de mecanismos eficaces de resolución de problemas de seguridad.
- Creación de una red de comunicación de accidentes.
- Creación de una base de datos de productos peligrosos.
- Mejora de los procedimientos de retirada de productos peligrosos.
- Firma de convenios con laboratorios, centros de ensayo y colegios profesionales.
- Comité Técnico de la Seguridad en el Consumo.

## Protección de los intereses económicos de los consumidores

- Implementación de códigos de buenas prácticas y otros medios de autocontrol.
- Potenciación de la mediación y el arbitraje.
- Creación del Observatorio Regional de Consumo.
- Ejecución de campañas preventivas de control de mercado.
- Celebración de comisiones de seguimiento de sectores económico-empresariales.
- Potenciación de sistemas de información a sectores empresariales.
- Potenciación de sanciones de conductas lesivas.

## Potenciación de la información y la educación en materia de consumo

- Creación de un portal del consumidor en Internet.
- Puesta en marcha de un aula de consumo interactiva.
- Incremento de los puntos de información al consumidor.
- Creación de espacios de divulgación e información en medios de comunicación.
- Creación de una revista de consumo de la Comunidad de Madrid.
- Acceso al Centro de Documentación de la Direc. Gral de Consumo por parte de Ayuntamientos, asociaciones de consumidores, organizaciones empresariales...
- Realización de estudios y publicaciones.
- Creación de una guía del consumidor en la página web de la Comunidad.
- Creación del Centro de Formación Permanente de Consumo.
- Firma de convenios con entidades competentes en materia educativa y tutelares de colectivos de especial protección.

## Colaboración con las asociaciones de consumidores

- Modificación de la estructura del Consejo de Consumo.
- Creación de foros de debate.
- Celebración de un encuentro anual de asociaciones de consumidores.
- Modificación del Registro de Asociaciones de Consumidores de la C. de Madrid.
- Firma de convenios de colaboración.
- Colaboración en estudios y monografías.
- Firma de un convenio plurianual con las asociaciones para garantizar su estabilidad económica.

## Coordinación entre Administraciones

- Elaboración de un plan de calidad de actuaciones en materia de consumo.
- Apoyo a los consejos municipales de consumo.
- Firma de convenios de colaboración.
- Realización de un encuentro anual de Ayuntamientos con servicio de consumo.
- Comisión Regional de Política de Consumo.
- Observatorio de la Ley de Garantías.
- Observatorio del Sistema Unificado de Reclamaciones.
- Proyecto Alcance.

## Facilitar el acceso a los servicios de la Administración

- Creación de una intranet accesible a la Comunidad de Madrid, Ayuntamientos y organizaciones de consumidores y empresariales.
- Utilización de nuevas tecnologías.
- Celebración de audiencias arbitrales por videoconferencia.



Las acciones anteriormente enunciadas se desarrollan a continuación:

## 1. Desarrollo de actuaciones para una mejora continua de la protección de la seguridad de los consumidores.

Además de las actuaciones ordinarias en materia de inspección, control y sanción de las infracciones que se detecten, se van a llevar a cabo las siguientes:

**a. Campañas de control de mercado, de carácter preventivo**, sobre productos y servicios de uso común o generalizado, susceptibles de ser peligrosos, con especial incidencia en aquellos que afecten a colectivos de especial protección, para detectar, en su caso, la existencia de peligro, si lo hubiere, antes de que pueda haber afectados.

**b. Potenciación de las vías de comunicación con los fabricantes, comercializadores y demás componentes de la cadena de distribución de los productos**, para **establecer mecanismos rápidos y eficaces de resolución de problemas de seguridad en los productos** y, en su caso, de retirada de los productos.

**c. Creación de una red de comunicación de accidentes** debidos al uso y consumo de productos peligrosos, estableciendo cauces de comunicación con hospitales y centros sanitarios de la Comunidad.

**d. Refuerzo y mejora de los sistemas de información**, para dar a conocer a la población, la existencia de los productos peligrosos que se hayan encontrado en el mercado, con el fin de evitar los daños que les puedan causar. A tal fin, **se creará una base de datos de productos que atenten contra la salud o seguridad de los consumidores**.

**e. Incremento de los procedimientos de retirada de los productos peligrosos** que se detecten en el mercado, de forma que ésta se lleve a cabo de la manera más rápida y menos gravosa posible, en el caso de que dicha retirada no se haya realizado por el empresario.

**f. Firma de convenios y acuerdos con laboratorios y centros de ensayo**, así como con colegios profesionales, para facilitar los análisis de los productos para determinar la existencia o no de peligro.

**g. Impulso del Comité Técnico de la Seguridad en el Consumo de la Comunidad de Madrid**, como órgano colegiado consultivo, asesor y especializado de la Administración autonómica en materia de seguridad en el consumo. En él estarán representados, además de los diferentes departamentos de la Comunidad de Madrid con competencias en la materia, las organizaciones de consumidores y de empresarios, las organizaciones sindicales, los municipios de la Comunidad y colegios profesionales.

## 2. Incremento de medidas para garantizar la protección de los legítimos intereses económicos de los consumidores.

Además de las actuaciones habituales en materia de inspección y sanción (tanto de oficio como por denuncia) que vienen desarrollándose, se realizarán las siguientes acciones:

**a. Impulso de los códigos de buenas prácticas** como medio de autocontrol y de implicación de las asociaciones empresariales en la consecución de un elevado grado de protección de los consumidores. Estos códigos se potenciarán especialmente en aquellos sectores más susceptibles de generar conflictos con los consumidores: vivienda, telecomunicaciones, enseñanza no reglada, bancos...

**b. Fomento de los sistemas de resolución extrajudicial de conflictos**, potenciando la media-



ción, la conciliación y, en especial, el arbitraje de consumo, como sistemas rápidos, eficaces y gratuitos de resolución de conflictos.

**c. Implantación del Observatorio Regional de Consumo.** Este analizará las consultas (telefónicas, por internet, correo...), las denuncias y reclamaciones, y el resto de información y datos que lleguen a la Dirección General de Consumo para detectar con rapidez los puntos más débiles del sistema, así como las mayores bolsas de reclamaciones, de manera que puedan programarse respuestas antes de que el problema se extienda.

**d. Desarrollo de campañas sistemáticas preventivas de control del mercado** para poder detectar la existencia de irregularidades en sectores (telecomunicaciones, vivienda, etc.) o aspectos clave del consumo (publicidad, garantías, crédito al consumo, etc.), que pueden repercutir en un elevado número de ciudadanos, creando gran alarma social. La detección permitirá corregirlas.

**e. Creación de comisiones de seguimiento de los diferentes sectores económico-empresariales,** formadas por expertos en las correspondientes materias, empresas del sector, organizaciones de consumidores y representantes de la Administración, que se reunirán con cierta periodicidad. Las comisiones realizarán un riguroso control sobre el sector correspondiente canalizando una información más objetiva a las Administraciones y, en consecuencia, a la ciudadanía. Por ejemplo, una comisión de seguimiento de la prestación de servicios de telecomunicaciones.

**f. Establecimiento de un sistema de información a los sectores empresariales** sobre la normativa de consumo aplicable y su interpretación.

**g. Incremento de la cuantía de las sanciones** de las conductas que atenten contra los derechos de los consumidores y usuarios, así como el uso de la posibilidad de sanciones accesorias, como la publicidad, en los casos más graves, especialmente, cuando exista reincidencia o se cree alarma social. Se trata, en definitiva, de evitar que pueda resultar menos gravoso incumplir una norma que pagar una sanción.

### **3. Potenciación de la información y la educación en materia de consumo.**

**a. Edición y distribución de material informativo y educativo** (folletos, circulares, etc.), que ya se viene haciendo habitualmente, y la realización de cursos, charlas, jornadas y demás actividades educativas en todos los ámbitos (colegios, universidad, personal de oficinas municipales de información al consumidor, asociaciones de consumidores y empresariales), con desarrollo de nuevas actividades, que redundarán en beneficio de los consumidores:

**b. Creación de un portal del consumidor en Internet,** de forma que los ciudadanos tengan reunida, a mano y fácilmente accesible, toda la información sobre consumo, los procedimientos que deben seguir en caso de reclamación, denuncia o arbitraje, el estado en que se encuentra sus expedientes, etc.

**c. Creación de un aula de consumo a partir del portal del consumidor.** Se trataría de un aula virtual interactiva basada exclusivamente en la formación on line, con información sobre los derechos de los consumidores, cómo reclamar, etc.

**d. Refuerzo de los puntos de información al consumidor existentes en la Comunidad de Madrid** (oficinas municipales de información al consumidor, oficinas regionales de información al consumidor, teléfono del consumidor, etc.) y creación de otros nuevos, para que el consumidor tenga fácil acceso a la información que precise, especialmente en puntos de concentración habitual de consumidores como mercados, centros comerciales, etc.

**e. Creación de espacios de información y divulgación en medios de comunicación** y, especialmente, en los de titularidad pública, tal y como prevé el artículo 15 de la Ley de los Consumidores de la Comunidad de Madrid, para que no sólo se puedan dirigir advertencias a la población sobre



determinados productos o servicios que puedan ser de su interés, sino que también sirva de cauce de divulgación de temas de consumo.

**f. Creación de una revista institucional** con información sobre el consumo en la Comunidad de Madrid, que abarcará todos los aspectos posibles en la materia, desde novedades legislativas hasta artículos y reportajes sobre hábitos de consumo, así como problemas a los que se enfrentan los consumidores madrileños, etc.

**g. Impulso y desarrollo del Centro de Documentación de la Dirección General de Consumo**, de forma que sea accesible a través de las nuevas tecnologías de la información para Ayuntamientos, asociaciones de consumidores, organizaciones empresariales y ciudadanos en general.

**h. Elaboración de estudios y publicaciones** específicas sobre consumo en temas de interés para los ciudadanos.

**i. Edición en soporte informático de una guía del consumidor** de la Comunidad de Madrid. La guía estará a disposición de los consumidores también en la página web de la Consejería de Sanidad y Consumo.

**j. Creación de un centro de formación permanente** de consumo que gestione, homogeneice y canalice toda la formación en materia de consumo para los ciudadanos, profesionales de las distintas Administraciones de consumo, empresarios y asociaciones de consumidores.

**k. Impulso de la firma de convenios** con otras Administraciones competentes en materia educativa y tutelares de colectivos de especial protección (servicios sociales, educación, Dirección General del Mayor, del Menor y de la Mujer, etc.). Con estos convenios se fomentará y consolidará la enseñanza del consumo, como asignatura transversal, en las diferentes etapas educativas, así como para la elaboración de materiales didácticos adecuados a los diferentes niveles educativos facilitando la labor docente al profesorado.

#### **4. Impulso de las líneas de colaboración con las asociaciones de consumidores:**

**a. Impulso del Consejo de Consumo de la Comunidad de Madrid**, como máximo órgano consultivo y de participación en materia de consumo, adaptándolo a la nueva realidad de la Comunidad de Madrid y potenciando el acceso de las organizaciones de consumidores a dicho órgano. Este impulso se hará mediante 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.

**b. Creación de foros de debate** con las asociaciones de consumidores sobre temas de especial importancia o interés.

**c.** Celebración de, al menos, un **encuentro anual con las asociaciones de consumidores** de la Comunidad de Madrid.

**d. Nueva regulación del Registro de Asociaciones** de Consumidores de la Comunidad de Madrid para adaptarlo a la nueva realidad del asociacionismo en la Comunidad.

**e. Incremento de la colaboración entre las asociaciones de consumidores** y la Administración en materia de información y formación, reforzando los convenios de colaboración ya existentes y ampliándolos a otras asociaciones.

**f.** Fomento de la colaboración en materia de elaboración de estudios y monografías sobre temas de consumo de especial interés.



**g.** Aumento de las ayudas económicas, a través de los distintos medios existentes (subvenciones, convenios, etc.) y potenciación de la estabilidad financiera de estas organizaciones.

## **5. Coordinación entre Administraciones con competencias en materia de consumo**

**a.** Elaboración, en el seno de la Comisión de Política Regional de Consumo, de un plan de calidad de actuaciones en materia de consumo que homogeneice y protocolice las actuaciones de los servicios de consumo municipales y autonómicos en los siguientes aspectos:

- Tramitación de reclamaciones y denuncia.
- Inspección.
- Procedimiento sancionador.

Esta medida se tomará para que (con independencia de las competencias y la organización que cada uno tenga, en virtud del principio de autonomía municipal constitucionalmente reconocido) las actuaciones en esas materias sean lo más homogéneas posibles, evitando que un ciudadano reciba un tratamiento diferente en función de dónde resida.

Asimismo, en ese plan se abordará el modelo de oficinas municipales de información al consumidor que se quiere para la región, todo ello dentro de las competencias que en esta materia tiene la Comunidad de Madrid.

Por último, en el plan se establecerá un procedimiento regulador de la mediación en materia de consumo, adaptándola a la normativa reguladora del procedimiento administrativo.

**b.** Apoyo e impulso a los consejos municipales de consumo, que son un lugar de encuentro entre asociaciones vecinales, de consumidores y profesionales de ámbito local para tratar los temas de protección al consumidor desde el escalón más cercano al ciudadano.

**c.** Celebración de, al menos, un encuentro anual con las entidades locales dotadas de servicios municipales de consumo.

**d.** Firma de convenios de colaboración en materia de defensa del consumidor, con las entidades locales, para la realización conjunta de proyectos y actividades.

**e.** Impulso de la Comisión Regional de Política de Consumo como órgano de participación de los Ayuntamientos de la Comunidad en materia de protección de los consumidores.

**f.** Desarrollo del Observatorio de la Ley de Garantías como instrumento para unificar la interpretación y aplicación de dicha norma en toda la Comunidad de Madrid.

**g.** Creación del Observatorio del Sistema Unificado de Reclamaciones, dados los problemas que está causando su implantación.

**h.** Potenciación del Proyecto Alcance como vía de acercamiento de los servicios de consumo a todos los ciudadanos de la Comunidad de Madrid. Esta medida se tomará apoyando el funcionamiento de las oficinas municipales de información al consumidor y juntas arbitrales de ámbito local existentes; facilitando la creación de otras nuevas e implantando oficinas regionales de información al consumidor en mancomunidades ya existentes.

## **6. Desarrollo de los cauces precisos para facilitar a los ciudadanos el acceso a los servicios de la Administración**

**a.** Creación de una intranet que pueda interconectar los datos más relevantes (reclamaciones, inspecciones, solicitudes de arbitraje, etc.) de todos los servicios de consumo de la Comunidad de

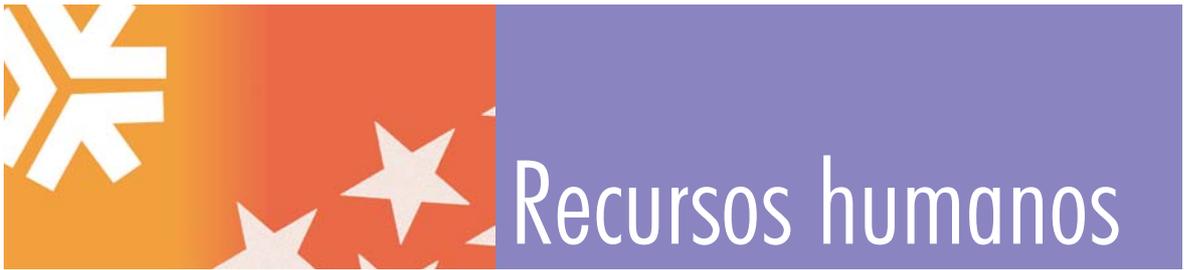


Madrid, tanto locales como autonómicos, y de las asociaciones de consumidores y organizaciones empresariales, evitando duplicidades y excesos o defectos de información.

**b.** Utilización de las nuevas tecnologías para reducir, al máximo, los tiempos de la tramitación de las reclamaciones y denuncias.

**c.** Utilización de la videoconferencia para la celebración de las audiencias en materia de arbitraje, especialmente con los Ayuntamientos, para que los ciudadanos no tengan que desplazarse hasta las instalaciones de la Junta Arbitral Regional, en Madrid, sino que puedan asistir a las audiencias desde los locales de su propio Ayuntamiento, especialmente, en aquellas localidades de difícil conexión con Madrid, que carecen de medios de locomoción directos.





Para poder hacer realidad el Plan Integral, la Consejería de Sanidad y Consumo de la Comunidad de Madrid cuenta con los siguientes medios humanos:

## Dirección General de Consumo

La Dirección General de Consumo, órgano encargado de la ejecución y coordinación de las actuaciones que se llevan a cabo para la protección de los derechos de los consumidores y usuarios en la Comunidad de Madrid, fue creada en virtud del Decreto 15/2005, de 27 de enero, y se estructura en tres subdirecciones:

### 1. Subdirección General de Orientación y Defensa del Consumidor

Canaliza todas las acciones de información en materia de consumo, reclamaciones y mediaciones.

Se ubican en esta subdirección el Observatorio de la Ley de Garantías, el Observatorio del Sistema Unificado de Reclamaciones y el Observatorio Regional de Consumo.

### 2. Subdirección General de Inspección y Control de Mercado

Se encarga de las actuaciones en materia de control de mercado: inspección, toma de muestras, seguridad de productos y procedimiento sancionador, así como la gestión del cobro de los ingresos por sanciones de consumo.

Depende de esta subdirección el Comité Técnico de Seguridad en el Consumo.

### 3. Subdirección General de Coordinación

Realiza todas las actuaciones en materia de relaciones con las corporaciones locales y las asociaciones de consumidores.

Se encarga también de la gestión de los asuntos generales: registro, personal, gestión presupuestaria, mantenimiento, etc.

También dependen de ella la Comisión Regional de Política de Consumo y el Consejo de Consumo.

## Instituto Regional de Arbitraje de Consumo

El Instituto Regional de Arbitraje de Consumo (IRAC) se creó para el desarrollo de las competencias que se atribuyen a la Comunidad de Madrid en materia de arbitraje de consumo mediante el Decreto 246/2001, de 18 de octubre, como órgano de gestión sin personalidad jurídica, de los regulados en el Título II de la Ley 1/1984, de 19 de enero, reguladora de la Administración Institucional de la Comunidad de Madrid.

Sus fines son los siguientes:

**a.** Fomentar el conocimiento del sistema arbitral de consumo entre empresarios y profesionales, que prestan bienes y servicios, y entre los consumidores.



- b.** Fomentar las adhesiones de empresarios y profesionales al sistema arbitral de consumo.
- c.** Facilitar la aproximación del arbitraje de consumo a los ciudadanos.
- d.** Favorecer la rapidez y agilidad del sistema.
- e.** Velar por la equidad de la actuación de los colegios arbitrales y de sus laudos.
- f.** Garantizar la formación de los miembros de los colegios arbitrales.
- g.** Desarrollar su actuación de acuerdo con los principios de coordinación, cooperación, asistencia mutua y colaboración con los servicios de consumo autonómicos y locales; con los órganos jurisdiccionales; Ministerio Fiscal; órganos constitucionales; con los órganos que desarrollan funciones en materia de arbitraje de consumo estatales, autonómicos y locales, y con las Juntas Arbitrales del Transporte de la Comunidad de Madrid y cualquiera otra Junta Arbitral, constituida por la Administración, a la que puedan tener acceso los consumidores.
- h.** Fomentar la participación, en el sistema arbitral de consumo, de las organizaciones de consumidores y de empresarios implantadas en la Comunidad de Madrid.

Sus órganos de gobierno son:

- El Consejo de Administración.
- El presidente del Consejo de Administración: el titular de la Consejería de Sanidad y Consumo.
- El gerente: el titular de la Dirección General de Consumo.

Además, cuenta con un órgano colegiado de participación, consulta y asesoramiento: el Consejo Asesor. Funciona en Pleno y en las siguientes comisiones:

- Comisión de Organizaciones de Consumidores.
- Comisión de Organizaciones de Empresarios y Profesionales.
- Comisión de Juntas Arbitrales.





# Organos implicados

## Consejo de Consumo de la Comunidad de Madrid

Es el órgano colegiado consultivo, asesor, de participación de instituciones y organizaciones sociales y de coordinación interadministrativa, en materia de ordenación del consumo y defensa de los consumidores dentro del ámbito autonómico. Se regula en 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. Tiene como principales funciones las siguientes:

- a.** Promover e impulsar la defensa del consumidor y usuario, y la solución extrajudicial de controversias derivadas de ella.
- b.** Emitir dictamen en los asuntos que, facultativamente, el Consejo de Gobierno, la Consejería de Sanidad y Consumo u otras consejerías le sometan a su conocimiento, en el marco de las materias que le son propias.
- c.** Proponer al Consejo de Gobierno y a la Consejería de Sanidad y Consumo cuantas medidas considere oportunas para una adecuada ordenación del consumo y defensa de los consumidores, valorando las normas en vigor, promoviendo su modificación, la elaboración de nuevas disposiciones o la realización de actuaciones concretas.
- d.** Elaborar informes y estudios a iniciativa propia o a instancia de las instituciones y órganos de la Comunidad de Madrid u otras instituciones públicas.
- e.** Conocer e informar, preceptivamente, cuantas disposiciones de carácter general de la Comunidad de Madrid afecten directamente a los consumidores.
- f.** Colaborar, a solicitud de la Consejería de Sanidad y Consumo, en la programación de la política para la defensa de los intereses de los consumidores.
- g.** Impulsar la colaboración, cooperación y coordinación con otros organismos análogos, Administraciones y entidades públicas o privadas cuyas competencias o actividades confluyan o tengan relación con la defensa del consumidor.
- h.** Informar, con carácter previo a su aprobación, los códigos de buenas prácticas de ámbito autonómico.

El Consejo de Consumo se estructura en:

- El Pleno.
- La Comisión Permanente.
- La Comisión de Precios.
- La Comisión de Legislación.
- La Comisión de Organizaciones de Consumidores.
- Los grupos de trabajo de carácter temporal.

El Pleno del Consejo de Consumo está integrado por los siguientes miembros:

- El presidente: el titular de la Consejería de Sanidad y Consumo.



- El vicepresidente primero: el titular de la Dirección General de Consumo.
- El vicepresidente segundo: uno de los 24 vocales.
- 24 vocales en representación de las diferentes consejerías de la Comunidad de Madrid, direcciones generales relacionadas con el consumo, asociaciones de consumidores, organizaciones empresariales, organizaciones sindicales, Ayuntamientos y colegios profesionales.
- El secretario.

En 2005, a través de la Comisión de Legislación se llevará a cabo una revisión de la composición del Consejo de Consumo, tanto del Pleno, como de las comisiones con el fin de adaptarlo a la nueva estructura de la Comunidad de Madrid.

## Comité Técnico de la Seguridad en el Consumo de la Comunidad de Madrid

Es el órgano colegiado consultivo, asesor y especializado de la Administración autonómica en materia de seguridad en el consumo, y se regula en 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.

Sus funciones son las siguientes:

- Emitir informes sobre productos comercializados como seguros y que presenten riesgos.
- Valorar las medidas que se deban adoptar ante la comercialización de productos, bienes y servicios inseguros, a requerimiento de la Consejería de Sanidad y Consumo u otros órganos de la Comunidad de Madrid.
- Emitir informes técnicos, a requerimiento de la Consejería de Sanidad y Consumo u otros órganos de la Comunidad de Madrid.
- Proponer el desarrollo de programas de control en materia de seguridad y colaborar, a requerimiento de la Consejería de Sanidad y Consumo, en la programación de la política de seguridad en el consumo.
- Cualesquiera otras que, en su condición de órgano asesor, pueda desarrollar en materia de seguridad en el consumo, a solicitud de la Consejería de Sanidad y Consumo.

Está compuesto por:

- Un presidente: el titular de la Dirección General de Consumo.
- Un vicepresidente: un representante de la Dirección General de Consumo.
- 12 vocales, que serán expertos en materia de seguridad y en técnicas de ensayo y análisis, y que representarán a diversas direcciones generales, organizaciones de consumidores, organizaciones empresariales, organizaciones sindicales, Ayuntamientos, y profesionales relacionados con el tema.
- Un secretario

## 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 composición es la que sigue:

- Presidente: el director general de Consumo.
- Los concejales con competencias materiales de consumo de los Ayuntamientos inscritos en el Registro de Servicios Municipales de Consumo.
- Pueden participar en las sesiones, con voz pero sin voto, los concejales de los Ayuntamientos no inscritos en el Registro.
- Un secretario.



La Comisión se reunirá:

- En Pleno.
- En grupos de trabajo de arbitraje, normativa, formación y educación, información y reclamaciones, y de control de mercado

## Observatorio de la Ley de Garantías

Se creó, por acuerdo del Pleno del Consejo de Consumo de la Comunidad de Madrid, con el fin de analizar y dar solución a los problemas que plantea la aplicación de la Ley de Garantías. El Observatorio se constituyó el 13 de octubre de 2003 y su composición es la siguiente:

- Presidente: el director general de Consumo.
- Un representante de la Dirección General de Industria.
- Un representante de la Dirección General de Comercio.
- Un representante del Ayuntamiento de Madrid.
- Un representante del Ayuntamiento de San Fernando de Henares.
- Un representante de la Cámara de Comercio e Industria de Madrid.
- Dos representantes de organizaciones empresariales: ANGED y CECOMA.
- Cinco representantes de asociaciones de consumidores: CECU-MADRID, AACCU, FUCI-CICM, OCU y UCE.
- Secretario.

Los objetivos del Observatorio son:

- a. Crear un sistema coherente para fijar criterios interpretativos de la Ley, de forma que el Observatorio sirva de fuente, a través del cual, la Comunidad de Madrid plantee consultas a la red estatal creada en el seno del Instituto Nacional del Consumo.
- b. Proponer una campaña de difusión, con actividades y contenidos homogéneos, para consumidores y comerciantes.

## Observatorio del Sistema Unificado de Reclamaciones

A partir de la entrada en vigor del Decreto 152/2001, de 13 de septiembre, de desarrollo de la Ley 11/98, de 9 de julio, de Protección de los Consumidores de la Comunidad de Madrid, se pone en marcha un sistema unificado de reclamaciones (SUR), cuya finalidad es su tratamiento homogéneo y garantizar el derecho a reclamar de los consumidores.

Dado que existen sectores de la Administración central y autonómica con competencias en expedir y tramitar distintas hojas de reclamaciones, la Dirección General de Consumo elaboró un informe a partir de las contestaciones recibidas de otras consejerías y de la Administración central sobre el mantenimiento, o no, de hojas de reclamaciones propias, diferenciadas de las del SUR.

Vistas las dificultades habidas para la implantación del SUR, tanto de órganos dependientes de la Administración central (por entender que la Comunidad de Madrid se excedía en sus competencias), como de otras consejerías, se considera la necesidad de crear un Observatorio del Sistema Unificado de Reclamaciones, en el que estén representados todas las Administraciones, sectores empresariales y representantes de las asociaciones de consumidores, proponiéndose la siguiente composición en función, precisamente, de aquellos organismos con normativa propia:

- Presidente: el director general de Consumo.
- Un representante de la Consejería de Transportes e Infraestructuras.
- Un representante de la Consejería de Familia y Asuntos Sociales.
- Un representante de la Consejería de Educación.
- Un representante de la Consejería de Justicia e Interior (espectáculos).

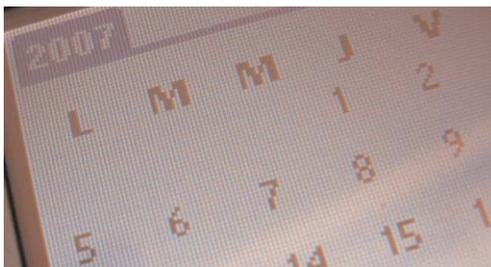


- Un representante de la Consejería de Hacienda (juegos).
- Un representante de la Dirección General de Turismo.
- Un representante de la Dirección General de Industria.
- Un representante del Ministerio de Fomento (transportes, aviación civil, etc.).
- Dos representantes de organizaciones empresariales.
- Dos representantes de asociaciones de consumidores.
- Tres representantes de municipios (un representante de un municipio de más de 100.000 habitantes; otro de una localidad de más de 50.000 habitantes, y un tercero de entre los municipios por debajo de 50.000 habitantes).

Sus objetivos son los siguientes:

- a.** Crear criterios interpretativos comunes que aseguren el mantenimiento o la necesidad de la existencia de un sistema unificado de reclamaciones, que no se contraponga, en su caso, a las competencias que, en esta materia, pudieran tener otras Administraciones.
- b.** Mantenimiento del actual protocolo de interpretación entre la Comunidad de Madrid y los Ayuntamientos de la región, ante preguntas puntuales sobre sectores en los que resulte dudoso la tenencia de hojas de reclamaciones del SUR., pudiendo, en su caso, hacerlo extensivo a la Administración central, tal y como viene ocurriendo con el Observatorio de la Ley de Garantías.
- c.** Hacer una nueva campaña informativa, previa reunión del Observatorio, en la que se den, definitivamente, criterios comunes de interpretación, válidos para los sectores afectados, consumidores, empresas y entidades obligadas a estar en posesión de hojas de reclamaciones.





# Cronograma

Líneas de actuación	2004	2005	2006	2007
<b>1. Protección de la seguridad</b> - Creación de una base de datos de productos peligrosos - Creación de una red de comunicación de accidentes	Diseño	Implantación Diseño	Consolidación Implantación	Consolidación Consolidación
<b>2. Protección de los legítimos intereses económicos</b> - Creación del Observatorio Regional de Consumo - Sistema de Información al sector empresarial	Diseño	Implantación Diseño	Evaluación Implantac. y eval.	Consolidación Consolidación
<b>3. Información y educación en materia de consumo</b> - Creación del portal del consumidor - Creación de un aula de consumo - Incremento de los puntos de información - Espacios de divulgación en medios de comunicación - Creación de una revista de consumo de la C. de Madrid - Creación de una guía del consumidor de la C. de Madrid - Creación del Centro de Formación Permanente de Consumo	Diseño Diseño Estudio Estudio Estudio Preparación Planteamiento	Implantación Implantación Programa piloto Programa piloto Puesta en marcha Puesta en marcha Estudio y diseño	Comprobación Comprobación Implantación Desarrollo Revisión y mejora Actualización Puesta en marcha	Consolidación Consolidación Consolidación Consolidación Consolidación Actualización Consolidación
<b>4. Colaboración con asociaciones de consumidores</b> - Modificación de la estructura del Consejo de Consumo - Modificación del Registro de Asociaciones de Consumidores	Estudio Estudio	Realización Realización		
<b>5. Coordinación entre Administraciones</b> - Elaboración del Plan de Calidad en Materia de Consumo - Observatorio del Sistema Unificado de Reclamaciones	Estudio Estudio	Realización Puesta en marcha	Desarrollo Seguimiento	Implantación Seguimiento
<b>6. Facilitar a los ciudadanos el acceso a los servicios de la Administración</b> - Creación de una intranet para la Comunidad de Madrid, Ayuntamientos y organizaciones de consumidores y empresariales		Estudio	Puesta en marcha	Consolidación





## Seguimiento del plan

Con el fin de comprobar el cumplimiento del Plan Integral, así como de corregir cuantas desviaciones se aprecien en su ejecución y adaptarlo a las circunstancias y situaciones concretas que puedan darse a lo largo de sus cuatro años de vigencia, se creará, en el seno del Consejo de Consumo, una Comisión de Seguimiento del Plan Integral, cuya composición y periodicidad se determinará en el propio Consejo de Consumo.

