

Memoria Descriptiva

Justificación del Servicio

Estadísticas

Servicio Municipal de Consumo
(datos 2006 - 2012)



Memoria Descriptiva
Justificación del Servicio
Estadísticas

Servicio Municipal de Consumo
(datos 2006 - 2012)



Tabla resumen, datos del 2012

Unidad	Información estadísticas desglosada por la actividad desarrolladas por las Unidades del Dpto. de Consumo	Dato
OMIC	EXPEDIENTES DE RECLAMACIÓN GESTIONADOS Y TIPO DE ARCHIVO O CIERRE	1.896
	De los cuales el tuvieron solución total para el reclamante	39%
	De los cuales fueron peticiones improcedentes de los consumidores	19%
	Se trasladaron a procedimiento sancionador	10%
	Quejas	7%
	Tuvieron una solución parcial para el reclamante	5%
	Resto de tipos de cierres en los archivos (Traslados a otros Organismos, no acuerdo entre las partes, reclamado no acepta mediación del conflicto, inadmisión por delito, salud o muerte, empresa desconocida o cerrada, el reclamante no es consumidor, etc.)	20%
	CONSULTAS DE CONSUMO	7293
	Número de ciudadanos atendidos telefónica o personalmente	6.932
	Número de consultas de consumo realizadas a través de la página web de consumo	361
	PÁGINA WEB DE CONSUMO	
	Número de ciudadanos que entraron en la página web	179.438
	Número de páginas vistas por los ciudadanos	1.129.375
JAC	Nº DE PENDIENTES DE ARBITRAJE, LAUDOS Y EMPRESAS ADHERIDAS	
	Número de expedientes de arbitraje gestionados	258
	Número de laudos emitidos	172
	Número de empresas adheridas a Sistema Arbitral en la actualidad	2.891
Procedimiento Sancionador	Nº E IMPORTE DE EXPEDIENTES SANCIONADORES DE CONSUMO Y SALUD, IMPORTES DE SUBVENCIONES	
	Número e expedientes sancionadores de consumo	80
	Número de expedientes de salud	35
	Importe total por expedientes sancionadores resueltos	65.901 €
	Importe total de subvenciones recibidas del Instituto Nacional de Consumo (INC) y de la junta de Andalucía	20.302 €

Tabla resumen, datos 2012

Sectores más reclamados (datos relativos a expedientes de reclamación)	Dato
Telefonía móvil	42,5 %
Acceso al servicio de Internet	5,9 %
Bancos y entidades financieras	5,4 %
Instalaciones deportivas	5,9 %
Servicio de suministro de gas natural	2,8 %
Textil	2,2 %
Telefonía fija	2,2 %
Compra de vehículos	2,2 %
Compras a distancia mediante internet	2,1 %
Suministro de energía eléctrica	2,1 %
Muebles	1,9 %
Artículos de informática	1,8 %
Clínicas médicas privadas	1,8 %
Hostelería	1,4 %
Hoteles	1,1 %
Reparación de electrodomésticos	1,1 %
Electrodomésticos	0,9 %
Tintorerías	0,8 %
Resto de sectores	15,8 %

INTRODUCCIÓN

Justificación del Servicio

En este marco competencial, el Ayuntamiento de Córdoba es uno de los municipios españoles que presta una gama más amplia de servicios en materia de consumo: información, formación y educación, resolución de controversias, inspección y ejercicio de la potestad sancionadora a través de una organización que analizamos seguidamente en el orden cronológico de su creación.



Tradicionalmente, el Ayuntamiento de Córdoba ha ejercido las competencias de abastecimiento de la población, control sanitario de alimentos, fidelidad de pesos y medidas y gestión de puestos reguladores en los mercados de abastos para garantizar tanto la existencia de alimentos de primera necesidad, como el control sanitario y de los márgenes comerciales de los mismos.

Con el paso de los años, el crecimiento económico y el desarrollo de las actividades comerciales de todo tipo ha permitido que el centro de interés de las actuaciones municipales en este sector se desplazara de la necesidad de asegurar el abastecimiento de alimentos al hecho de velar por los derechos de los ciudadanos como consumidores, siendo la Ley de bases de Régimen Local de 2 de abril de 1985 la primera norma que de forma explícita atribuye a los ayuntamientos la competencia en materia de defensa de los consumidores y usuarios, junto a las ya tradicionales de abastos, mataderos, ferias y mercados.

Posteriormente, la Ley 13/2003 de Defensa y Protección de los Consumidores y Usuarios de Andalucía (en adelante Ley 13/2003) especifica en varios puntos de su articulado las competencias en esta materia de la Administración Local.

Concretamente, el Título III de la ley señala en su amplio art. 97:

♦ "1. Sin perjuicio de las competencias autonómicas, corresponde a los municipios andaluces velar en sus respectivos territorios por la protección de los consumidores y, en particular:

♦ (A) La información y educación de los consumidores, estableciendo los cauces adecuados para ello, de acuerdo con las necesidades de cada localidad, pudiéndose contar para tal fin con la colaboración de las organizaciones o asociaciones de consumidores y usuarios.

♦ (B) El apoyo y fomento de las organizaciones o asociaciones de consumidores en cuanto a las actividades que realicen en su territorio y en beneficio de sus vecinos.

♦ (C) El fomento, divulgación y, en su caso, gestión del sistema arbitral de consumo, en colaboración con la Administración del Estado y la Comunidad Autónoma, en los términos previstos en la legislación vigente.

♦ (D) El ejercicio de acciones civiles en defensa de los consumidores vecinos de su localidad de conformidad con lo que establezca la legislación estatal que reconozca a las Administraciones Públicas en general esta legitimación.

♦ (E) La realización de estudios de mercado circunscritos a su término municipal.

♦ (F) La Inspección de Consumo con el alcance máximo y facultades establecidos en esta Ley.

♦ (G) La adopción de medidas no sancionadoras para garantizar los derechos e intereses de los consumidores en los casos, formas y condiciones señalados en la Ley.

♦ (H) El ejercicio de la potestad sancionadora respecto a las infracciones localizadas en su territorio según lo establecido en esta Ley.

♦ (I) Instar la actuación de los órganos competentes de la Administración de la Junta de Andalucía cuando no tengan competencias o recabar los medios necesarios para ejercerlas.

♦ (J) Las demás que le atribuyan las leyes, así como el ejercicio de las que se les deleguen por la Administración autonómica de conformidad con la legislación estatal y andaluza de régimen local. "

OMIC

Oficina Municipal de Información al Consumidor



A raíz de la intoxicación masiva por consumo de colza desnaturalizado, los poderes públicos observaron la necesidad de establecer cauces de información a los ciudadanos, creándose en Córdoba en 1983, como experiencia piloto en España, la OMIC, que en un autobús recorría las barriadas de la ciudad facilitando información elemental referida fundamentalmente al etiquetado y caducidad de alimentos y otros productos básicos.

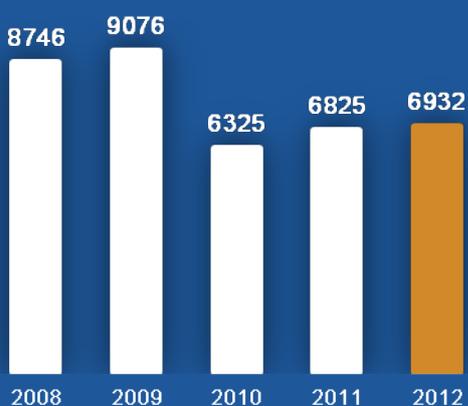
Sería la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios de 1984 la que vendría a establecer las funciones de las OMIC, actualmente recogidas en el artículo 20 de la Ley 13/2003, a cuyo tenor:

- ◆ "2. Las Oficinas de Información al Consumidor de titularidad pública son órganos de información, orientación y asesoramiento a los consumidores, en el ámbito de la Comunidad Autónoma Andaluza.
- ◆ 3. Son funciones de estas Oficinas de Información al Consumidor y Usuario:
 - ◆ (A) La información, ayuda y orientación a los consumidores para el adecuado ejercicio de sus derechos.
 - ◆ (B) La recepción, registro y acuse de recibo de denuncias, reclamaciones y solicitudes de arbitraje de los consumidores, y su remisión a las entidades u órganos correspondientes.
 - ◆ (C) Servir de cauce de mediación voluntaria en conflictos.
 - ◆ (D) Elevar consulta a los Consejos Provinciales o al Consejo Andaluz de Consumo en aquellos asuntos que se consideren de interés o relevancia para los consumidores.
 - ◆ (E) Suministrar, a través de los órganos competentes en materia de consumo de la Administración de la Junta de Andalucía, la información requerida por las distintas Administraciones Públicas.
 - ◆ (F) Recibir peticiones concretas, elevando éstas a las autoridades competentes, a fin de modificar algunos de los servicios que prestan, o bien establecer otros nuevos si se consideran necesarios.
 - ◆ (G) Facilitar a los consumidores, así como a las organizaciones o asociaciones de éstos, los datos referentes a registro y autorización de bienes o servicios, así como de los que se encuentren suspendidos, retirados o prohibidos por su riesgo o peligrosidad; facilitar información sobre sanciones firmes, impuestas en el plazo de tres años, por infracciones contra los derechos de los consumidores y la regulación de los precios y condiciones de bienes o servicios de uso o consumo común, ordinario y generalizado.
 - ◆ (H) Realizar campañas informativas tendentes a conseguir un mejor conocimiento por parte de los consumidores en relación con sus derechos y obligaciones, así como desarrollar programas dirigidos a mejorar el nivel de educación específica y formación de los mismos. Para el desarrollo de las campañas y programas podrá contarse con las propuestas y colaboración de las organizaciones o asociaciones de consumidores existentes dentro del ámbito de su actuación.
 - ◆ (I) Asistir y apoyar a las organizaciones y asociaciones de consumidores, así como facilitar a los consumidores toda la información necesaria sobre la existencia y actividades de las mismas, potenciando así el asociacionismo de aquéllos.
 - ◆ (J) Disponer de documentación técnica y jurídica sobre temas de consumo, así como potenciar su investigación y estudio.
- ◆ 4. Queda prohibida toda forma de publicidad no institucional expresa o encubierta en las Oficinas de Información al Consumidor a las que se refiere este artículo. "

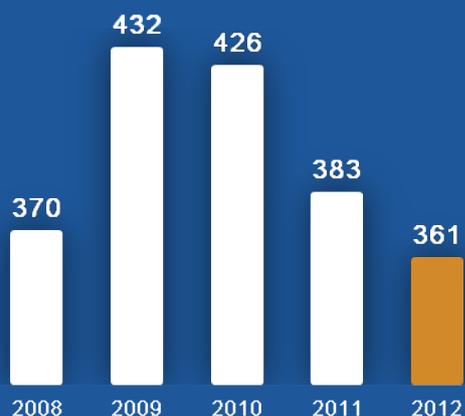


OMIC

La información telefónica y presencial
Consultas realizadas desde la web



Número de ciudadanos atendidos telefónica o personalmente



Número de consultas realizadas a través de la página web



La información presencial se ofrece los martes, miércoles y jueves, de 10 a 14:30 horas, en la sede de la OMIC, sita en Gran Capitán 6 planta baja.

Los consumidores acuden a la OMIC para ser asesorados sobre materias de la más diversa índole: telefonía, garantías de productos, talleres de reparación, seguros, servicios bancarios, compraventa de viviendas, compras a distancia, derecho de desistimiento, arrendamientos urbanos, propiedad horizontal, protección de datos personales, ficheros de morosos, vehículos, cláusulas abusivas, rebajas, servicios a domicilio, luz, gas, telecomunicaciones, etc.

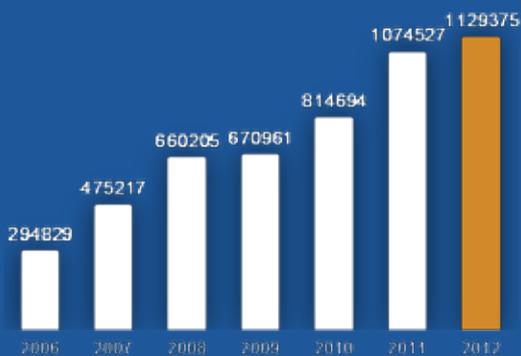
Para conseguir un nivel de satisfacción elevado en nuestros usuarios, el personal de la OMIC tiene que estar en continuo aprendizaje y actualización de contenidos legislativos.

La normativa en materia de consumo es tan amplia como dispersa, y la información que los usuarios esperan de este servicio no admite error.

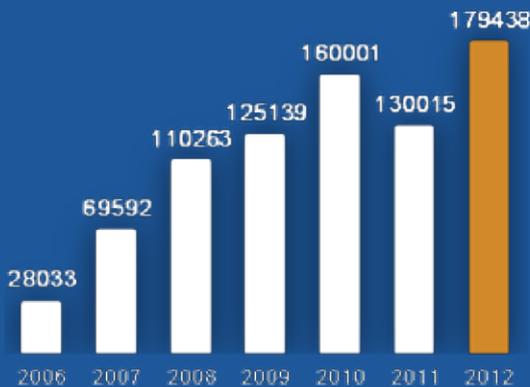
De lunes a viernes se realizan tareas administrativas y de mediación de los expedientes además de atender cuantas consultas presenciales y telefónicas relacionadas con la gestión de los expedientes así como relativas a temas de consumo. Por otro lado se atienden y responden todas las consultas que diariamente se realizan a través de la página web. El plazo de respuesta es de 24 a 48 horas.

OMIC

La información a través de la página web de consumo



Número de páginas vistas por los ciudadanos



Número ciudadanos que entran en la página web



www.consumo.ayuncordoba.es

A través de nuestra página web de consumo, que será sustituida en breve, se informa a consumidores y a las empresas así como se prestan diversos servicios.

Los principales datos de acceso a la página por los ciudadanos se presenta a continuación en los gráficos y tabla siguientes.



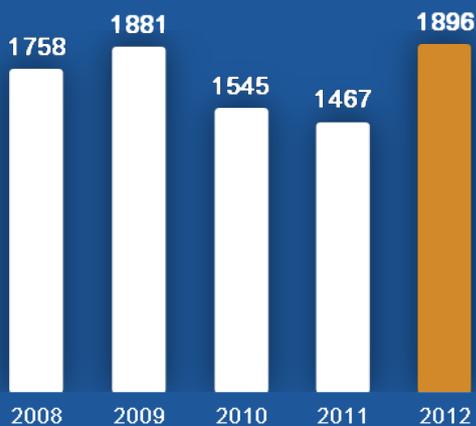
Datos de acceso (2006-2012) a la página web de consumo actual

Sección	Contenidos informativos de cada sección	Núm. total de páginas visitadas	Núm. total de visitantes (ciudadanos)
Página web completa		4.753.139	814.849
OMIC	<ul style="list-style-type: none"> - Gestión administrativa de conflictos. - Información específica de consumo. - Consultas de consumo. - Altas de afectados. - Consulta online de Expt. de Reclamación. - Estadísticas. 	2.270.705	523.195
JAC	<ul style="list-style-type: none"> - Información y ventajas sobre Arbitraje de Consumo y como solicitarlo. - Búsqueda de empresas adheridas. - Estadísticas. 	668.087	39.815
SAE	<ul style="list-style-type: none"> - Información de consumo para las empresas. - Consulta de Expedientes de Reclamación. - Adherirse al Sistema Arbitral de Consumo. 	404.241	86.952
AULA DE CONSUMO	<ul style="list-style-type: none"> - Información sobre las actividades formativas desarrolladas - Estadísticas. 	73.548	6.647
OTROS SERVICIOS	<ul style="list-style-type: none"> - Noticias, Becarios. - Medios de Comunicación. 	101.978	11.219
GAS NATURAL	<ul style="list-style-type: none"> - Información relativa al caso "Gas Natural Andalucía" por los cobros indebidos. 	85.863	30.685

Datos acumulados 20 06 - 2012 obtenidos del software estadístico SAWMILL facilitado por el CPD del Ayuntamiento de Córdoba.

LA MEDIACIÓN

Instrumento de resolución de conflictos



Número de expedientes de reclamación registrados



Otra de las funciones básicas de la OMIC es la de resolver controversias surgidas entre consumidores y usuarios y las empresas.

El procedimiento es el siguiente: los reclamantes que no han visto satisfecha su reclamación en el establecimiento o que no han obtenido respuesta del mismo, depositan la copia de la Hoja de reclamaciones en el Registro de Entrada. Posteriormente, una vez informatizadas y registradas en el software de gestión de expedientes, la Jefa de la OMIC distribuye los asuntos entre ella y los informador/a - mediador/a, y tras analizar el contenido, bien efectúan un requerimiento a la empresa para que aporte determinada documentación y aporten soluciones o bien contactan directamente con la empresa reclamada para intentar llegar a un acuerdo que resuelva el conflicto.

Los resultados de esta mediación informal o conciliación efectuada por la OMIC son francamente positivos, ya que sin mayores molestias para las partes, consiguen acuerdos entre las mismas en la mayoría de los casos, evitando que los asuntos pasen a arbitraje o que los consumidores tengan que acudir al juzgado.

Si en el transcurso de su actividad la OMIC detecta que existe alguna infracción de consumo, da traslado del expediente a la Unidad de Procedimiento Sancionador para su estudio.

Tipos de archivos tras la mediación de Hoja de Quejas y Reclamaciones

Tipo de archivo del expediente	% de expedientes
Solución total para el reclamante	39
Petición improcedente del reclamante	19
Traslado a la unidad de procedimiento sancionador	10
Queja	7
Solución parcial para el reclamante	5
Traslado de Expediente a la Junta de Andalucía	5
No acuerdo entre las partes	4
El reclamado no acepta la mediación	3
Inadmisión por delito, salud o muerte	2
Empresa desconocida o cerrada	2
El reclamante no es consumidor final, es empresa	2
Traslados de expedientes a otros organismos	1
El reclamante no aporta documentación	1

Datos obtenidos de la página web de consumo www.consumo.ayuncordoba.es



AULA DE CONSUMO

Formación impartida

El Aula de consumo apenas ha registrado actividad durante este año ya que dada la escasez de personal existente en la OMIC para atender los cometidos de información, gestión y mediación, el Monitor de Consumo tiene que dedicarse además de las tareas propias del puesto (elaboración de folletos informativos y de la actualización de la página Web) a informar a los consumidores un día a la semana.

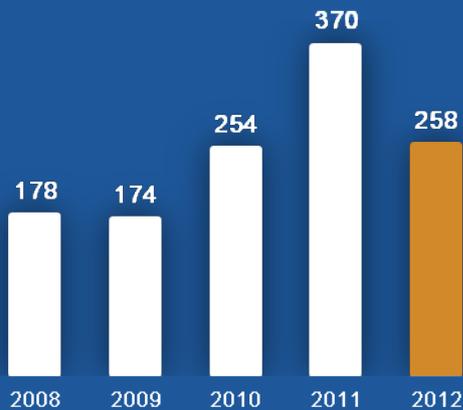
Aún así, se han desarrollado junto con la Universidad de Córdoba (UCO), concretamente con la Facultad de Derecho 2 actividades formativas sobre Vías Administrativas de Resolución de Conflictos.

Por otro lado, se han impartido tres ponencias desarrolladas por el Jefe de Departamento de Consumo, la Jefa de la OMIC y el Monitor de Consumo en la Diputación de Córdoba con motivo de unas Jornadas de Telecomunicaciones.



JAC

Junta Arbitral de Consumo



Número de expedientes de arbitraje registrados



El arbitraje, junto a la mediación y la conciliación forman lo que ha venido en denominarse sistemas de resolución de conflictos alternativos a la vía judicial.

La Junta Arbitral Municipal de Consumo de Córdoba fue creada en 1995, mediante un convenio con el Instituto Nacional de Consumo. Están adheridas a la misma la casi totalidad de las asociaciones empresariales cordobesas, la totalidad de las asociaciones de consumidores con sede en nuestra capital y **2913** empresas.

Las funciones de la Junta Arbitral vienen recogidas en el artículo 6 del Real Decreto 231/2008, de 15 de febrero, Regulator del Sistema Arbitral de Consumo, a cuyo tenor:

“Las Juntas Arbitrales de Consumo desempeñan las siguientes funciones:

- ◆ (A) Fomentar el arbitraje de consumo entre empresas o profesionales, consumidores o usuarios y sus respectivas asociaciones, procurando la adhesión de las empresas o profesionales al Sistema Arbitral de Consumo mediante la realización de ofertas públicas de adhesión.
- ◆ (B) Resolver sobre las ofertas públicas de adhesión y conceder o retirar el distintivo de adhesión al Sistema Arbitral de Consumo, así como gestionar y mantener actualizados los datos de las empresas o profesionales que estén adheridos al Sistema Arbitral de Consumo a través de la Junta Arbitral de Consumo.
- ◆ (C) Comunicar al registro público de empresas adheridas al Sistema Arbitral de Consumo los datos actualizados de las empresas o profesionales que hayan realizado ofertas públicas de adhesión al Sistema Arbitral de Consumo a través de la Junta Arbitral de Consumo.
- ◆ (D) Dar publicidad de las empresas o profesionales adheridos al Sistema Arbitral de Consumo mediante ofertas públicas de adhesión, en particular en el respectivo ámbito territorial.
- ◆ (E) Elaborar y actualizar la lista de árbitros acreditados ante la Junta Arbitral de Consumo.
- ◆ (F) Asegurar el recurso a la mediación previa al conocimiento del conflicto por los órganos arbitrales, salvo que no proceda conforme a lo previsto en el artículo 38.
- ◆ (G) Gestionar el archivo arbitral, en el que se conservarán y custodiarán los expedientes arbitrales.
- ◆ (H) Llevar los libros de registro relativos a los procedimientos arbitrales a través de las aplicaciones informáticas correspondientes y, en su defecto, manualmente.
- ◆ (I) Gestionar, custodiar o depositar ante la institución que se acuerde los bienes y objetos afectos a los expedientes arbitrales, cuando lo acuerde el órgano arbitral que conozca del conflicto o el presidente de la Junta Arbitral, a solicitud de las partes antes de la designación del órgano arbitral.
- ◆ (J) Impulsar y gestionar los procedimientos arbitrales de consumo.
- ◆ (K) Proveer de medios y realizar las actuaciones necesarias para el mejor ejercicio de las funciones de los órganos arbitrales y, en su caso, de los mediadores.
- ◆ (L) Gestionar un registro de laudos emitidos, cuyo contenido, respetando la privacidad de las partes, será público.
- ◆ (M) Poner a disposición de los consumidores o usuarios y de las empresas o profesionales formularios de solicitud de arbitraje, contestación y aceptación, así como de ofertas públicas de adhesión al Sistema Arbitral de Consumo.
- ◆ (N) En general, cualquier actividad relacionada con el apoyo y soporte a los órganos arbitrales para la resolución de los conflictos que se sometan a la Junta Arbitral de Consumo.”



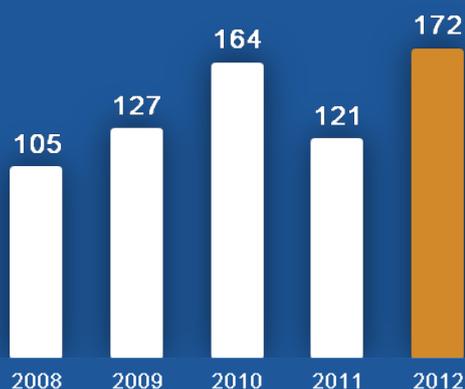


Los árbitros designados por la administración, que presiden los colegios arbitrales, son juristas de reconocido prestigio procedentes de la Facultad de Derecho de Córdoba, lo que, qué duda cabe, influye en la calidad de los laudos o decisiones.

En el organigrama municipal, la Junta Arbitral de Consumo, institución que administra el arbitraje, constituye una Unidad, cuya Presidencia la ostenta el Jefe del Departamento de Consumo y la Secretaría una funcionaria administrativa, auxiliada por dos administrativos más.

Si se tiene en cuenta que el procedimiento arbitral es bastante formalista debiéndose observar los más de diez trámites previstos en la norma para alcanzar la emisión de un laudo y que existen plazos para cada uno de estos trámites, siendo el más importante el de 6 meses desde el día siguiente al inicio del procedimiento arbitral para dictar el laudo, quiere ello decir que el procedimiento exige un esfuerzo de actualización constante de los expedientes.

Como puede comprobarse en el grafico, el número de expedientes correspondientes a solicitudes de arbitraje ha crecido más del cien por cien en cuatro años, lo que denota la confianza que tanto consumidores como empresas depositan en el sistema arbitral para la resolución de sus controversias.



Número de laudos emitidos



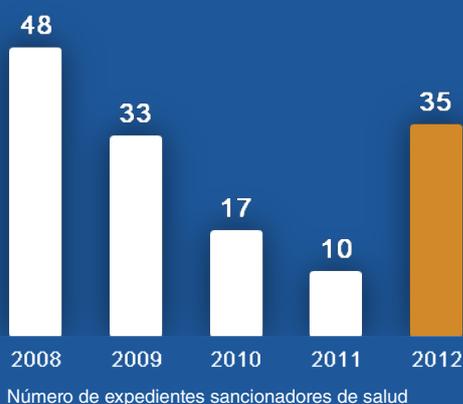
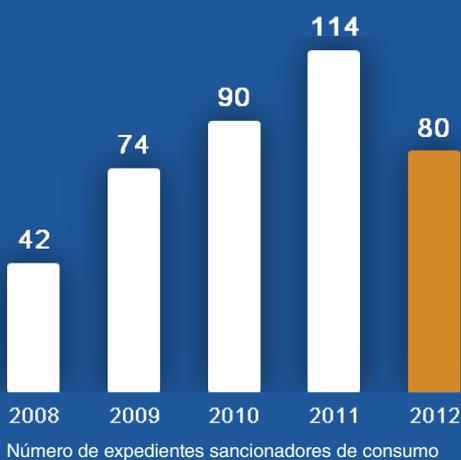
Evolución del número de empresas adheridas al Sistema Arbitral de Consumo

2913 empresas adheridas en la actualidad



P. SANCIONADOR

Unidad Administrativa y de Procedimiento Sancionador



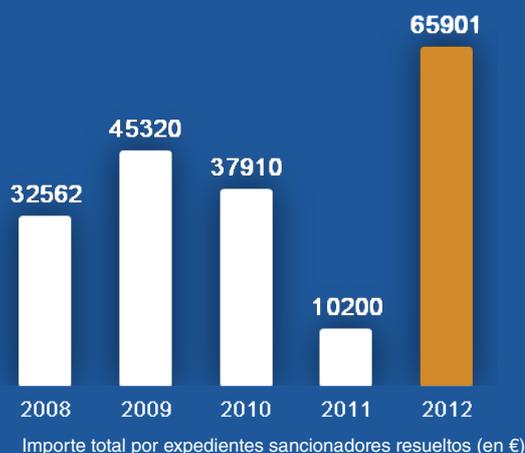
La ley 13/2003 vino a completar el mapa competencial del Ayuntamiento de Córdoba en materia de consumo, que, a raíz de esta norma, asumió las competencias sancionadoras y de inspección previstas en la misma, como instrumento esencial para la detección y persecución de conductas infractoras.

Esta Unidad, atendida por una Técnica de Administración General y una Auxiliar Administrativa, además de la incoación y tramitación de los expedientes de Consumo, lleva a cabo también la tramitación de los expedientes por infracción de la normativa sanitaria, expedientes que aunque competencialmente corresponden a la Unidad de Promoción de la Salud, le fueron asignados por la anterior Corporación.

Esta Unidad también gestiona los Expedientes de autorización de condiciones específicas de admisión a locales públicos en Córdoba y los expedientes sancionadores derivados del incumplimiento de esta normativa específica.

Asimismo, La Unidad administrativa gestiona la tramitación de subvenciones de la Junta de Andalucía e Instituto Nacional de Consumo, fuentes de ingresos fundamentales para el servicio, además de efectuar la elaboración del presupuesto anual de gastos, su control y la tramitación de facturas.

Finalmente, la Unidad coordina y desarrolla la Inspección Municipal de Consumo.



OTRAS ACTIVIDADES

Actualización y mejora de la página web de consumo

El nuevo portal web de consumo del Ayuntamiento de Córdoba se encuentra en su recta final (se espera que esté terminada en el mes de enero de 2013). De tal forma que en la actualidad se están actualizando los contenidos temáticos sobre los que las personas consumidoras o usuarias y las empresas o profesionales podrán informarse en materia de consumo.

Con la nueva tecnología implantada, su estructura y planteamiento se han mejorado y conseguido las siguientes características respecto al portal actual que puede consultarse www.consumo.ayuncordoba.es:

- ◆ Reestructuración de contenidos y mejora de la usabilidad y accesibilidad del portal web por los ciudadanos. Adecuación de los contenidos para ser indexados por los buscadores de internet.
- ◆ Mejora de los contenidos relativos a la gestión administrativa de conflictos en materia de consumo.
- ◆ Mejora de la presentación de los contenidos temáticos (clasificados por actividad empresarial) y actualización o incorporación de nuevos contenidos. Actualización de la normativa. Estadísticas del Servicio a tiempo real. Consulta de los ciudadanos de las gestiones y estado de los expedientes de Hoja de Reclamaciones de la OMIC.
- ◆ Creación de una plataforma para la emisión de una revista cuatrimestral, a modo de boletín electrónico.
- ◆ Creación de un portal interno para los empleados del Servicio donde se gestionarán todas las solicitudes de los ciudadanos.



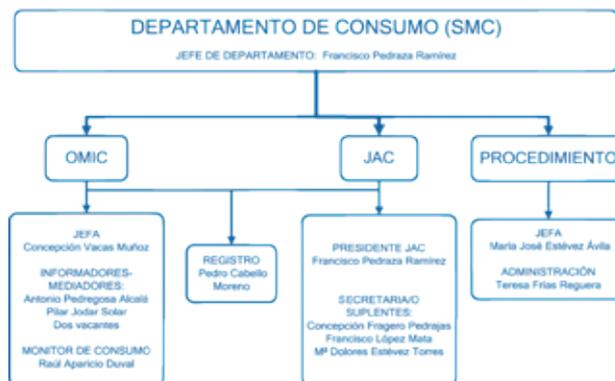
SMC

JUSTIFICACIÓN DEL SERVICIO MUNICIPAL DE CONSUMO

En los tiempos que corren, de escasez de recursos, es necesario plantear la utilidad social de los servicios públicos que la administración presta a los ciudadanos, dado que éstos los sufragan con sus impuestos.

En materia de Consumo podría pensarse que el escenario ha cambiado y que ya no nos encontramos en los años en que el consumidor estaba desprotegido, y por tanto era necesario que la administración se interpusiese entre el y las empresas para defenderle.

En efecto, desde los años ochenta se ha aprobado una tupida malla de disposiciones sobre la que se sustenta la protección de los consumidores en nuestro país : garantías de bienes de consumo, contratación fuera de establecimiento mercantil, crédito al consumo, viajes combinados, promoción comercial de medicamentos, telefonía, seguros, cláusulas abusivas, aprovechamiento de bienes por turnos, contratación a distancia, publicidad, rebajas y promociones comerciales, derecho de desistimiento y un largo etcétera de normas cuyos derechos reconocidos a los consumidores pueden hacerse valer a través de acciones individuales o colectivas.



También, como ya hemos visto, se crearon órganos administrativos para la formación e información de consumidores (OMIC) de resolución de conflictos (OMIC y Junta Arbitral de Consumo), control, inspección y sanción (Unidad de Procedimiento).

Asimismo, hay que tener en cuenta, junto con el fortalecimiento de una Administración de consumo profesionalizada, la consolidación de las asociaciones de consumidores.

Como resultado de todo ello podemos afirmar que en el municipio de Córdoba existe un sistema de protección jurídica de los consumidores de alta calidad.

A ello hay que añadir que en el actual escenario social, el consumidor es el máximo protagonista para multitud de empresas dispuestas a satisfacer sus necesidades y deseos. Tanto es así que se dice que el consumidor es el rey. Hoy más que nunca, el rey en el mundo de los negocios es el cliente, el comprador.

Hoy, por otra parte, junto al consumidor tradicional ha surgido uno nuevo, que navega a diario por Internet para consultar noticias, leer blogs, adentrarse en foros y comentar las actualizaciones de estado de sus conocidos en las redes sociales. Estamos viviendo en el siglo XXI, y el consumidor cambia al paso de la tecnología y la comunicación.

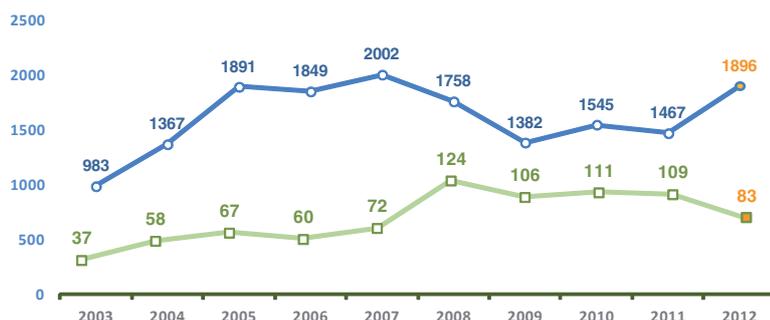


Todos estos factores de fortalecimiento aparente del estatus de los consumidores han podido pesar en el proceso de languidecimiento que venimos observando en el Servicio Municipal de Consumo, que pese a contar con magníficos instrumentos, carece de recursos suficientes para hacerlos eficaces y se tiene la impresión de que, desde fuera, se perciben las políticas de protección de los consumidores como anacrónicas, incluso como dilapidadoras de recursos y energías en detrimento de otras prioridades.

Por citar un ejemplo, la OMIC en el año 2003 estaba atendida por seis personas, se informaba todos los días al público y las reclamaciones se mediaban en un plazo aproximado de treinta y siete días.

Hoy la OMIC solo cuenta con cuatro personas, pese a que las consultas se han incrementado, se atiende al público tres días a la semana, demorándose el tratamiento de las reclamaciones hasta casi tres meses.

El siguiente cuadro ilustra nuestro comentario.



Llegados a este punto, podríamos pensar qué sentido tiene hoy mantener una estructura administrativa si los modernos consumidores cuentan con un completo elenco de normas que les protegen y, en caso de controversia, pueden acudir a los tribunales ordinarios de justicia para hacer valer sus derechos.

Al planteamiento anterior hay que responder que el artículo 151 de nuestra Constitución, ordena a los poderes públicos que protejan la salud, la seguridad y los legítimos intereses económicos de los consumidores mediante PROCEDIMIENTOS EFICACES, y en este sentido podemos afirmar que las reclamaciones de consumo, por su propia naturaleza, por el perfil del consumidor, por la necesidad de solución inmediata y otras circunstancias distan mucho de tener su sede más eficaz en los juzgados. Estos se colapsarían o quedarían si satisfacción multitud de justas reivindicaciones ante la reticencia de acudir al Juzgado que tiene cualquier ciudadano de a pie.

Por otra parte, si bien es cierto que la aparición de nuevos agentes económicos, la entrada en escena de nuevas tecnologías emergentes, la liberalización de la gran mayoría de sectores económicos y la consolidación de la sociedad de la información permiten al consumidor el acceso a una infinidad de productos y servicios ofertados por una extensa variedad de empresas que operan en el mercado, también lo es que la repercusión de esta gran oferta de productos y servicios es superior, en la mayoría de los casos, a la capacidad de asimilación del consumidor y ello requiere la intervención administrativa para ordenar el mercado en condiciones de igualdad y transparencia, pero por encima de todo garantizando la adecuada protección de los intereses económicos de los ciudadanos.



SMC**JUSTIFICACIÓN DEL SERVICIO
MUNICIPAL DE CONSUMO**

Además, como consecuencia de la creciente complejidad del mercado y de la competencia entre empresas, para abaratar costes, en nuestros días se ha producido la deslocalización de los servicios de atención al cliente de las grandes compañías de telefonía, gas, energía eléctrica, seguros etc. Lo que desconcierta a los consumidores, que se ven impotentes ante cualquier reclamación. Hoy, más que nunca, destaca el papel del servicio de consumo para que estas compañías den respuesta a las reclamaciones.

El cada día más frecuente empleo de cláusulas abusivas en la contratación, la obsolescencia programada de los productos y su garantía, los problemas de las compras a distancia, la publicidad engañosa, los colectivos de personas mayores engañadas en materia de revisión de instalaciones de gas, los abusos de la telefonía móvil y de tarificación adicional, etc. precisan de una Administración de Consumo eficiente, comprometida con las ciudadanos en la prestación de un servicio de calidad que no les defraude, porque, nos guste o no, estamos en una Sociedad de Consumo, en la que consumir no es un lujo, sino una necesidad. De ahí la urgencia de una continua modernización del servicio de consumo y la necesidad de mantener la energía suficiente como para evitar su languidecimiento, no porque sí, sino porque estamos convencidos de su utilidad para la inmensa mayoría de los ciudadanos que piensan en su Ayuntamiento como primer interlocutor para resolver sus inevitables problemas de consumo.

El de Consumo es un Servicio Público cada día más demandado por los ciudadanos, que de ser gestionado de forma adecuada revierte en un beneficio social. En caso contrario se convierte en una frustración más a añadir en el penoso camino de los consumidores en la defensa de sus legítimos intereses.



