

III.- OTRAS DISPOSICIONES Y ACTOS

Consejería de Salud y Bienestar Social

Resolución de 09/01/2009, de la Consejería de Salud y Bienestar Social, por la que se aprueba la Carta Marco de Servicios de las Oficinas Municipales de Información al Consumidor. [2009/764]

La Constitución Española en su artículo 51 establece que los poderes públicos garantizarán la defensa de los consumidores y usuarios, protegiendo, mediante procedimientos eficaces, la seguridad, la salud y los legítimos intereses económicos de los mismos. Así mismo, promoverán la información y la educación de los consumidores y usuarios, fomentarán sus organizaciones y oirán a éstas en las cuestiones que puedan afectar a aquéllos.

En su virtud, en ejercicio de las facultades que el artículo 32 apartado 6º de la Ley Orgánica 9/1982, de 10 de agosto, del Estatuto de Autonomía de Castilla-La Mancha, corresponde a la Junta de Comunidades, en el marco de la legislación básica del Estado y, en su caso, en los términos que la misma establezca, el desarrollo legislativo y la ejecución en materia de defensa del consumidor y usuario, de acuerdo con las bases y la ordenación de la actividad económica general y la política monetaria del Estado.

En este sentido, la Ley 11/2005, de 15 de diciembre, del Estatuto del Consumidor, reconoce los derechos básicos de los consumidores y usuarios, y posteriormente la Ley 5/2006, de 14 de diciembre, del Instituto de Consumo, regula como fines esenciales del Instituto la propuesta de planificación de las políticas de defensa y protección de los consumidores y la ejecución de las mismas, la prevención y control de la disciplina del mercado, la formación y la educación de los consumidores, así como la resolución de los conflictos en materia de consumo, a través de la mediación y el arbitraje.

Entre las funciones encomendadas al Instituto de Consumo, se encuentra también la de cooperar con las Administraciones locales, potenciando la presencia y funcionamiento de las Oficinas Municipales de Información al Consumidor (OMIC), mediante las relaciones de auxilio y asistencia técnica pertinentes, y coordinar la actuación administrativa local en materia de consumo, especialmente la referida a las funciones de inspección y sanción, con las actuaciones que son competencia de la Junta de Comunidades.

Como instrumento de dicha cooperación entre el Instituto de Consumo y las OMIC, se elabora la presente Carta de Servicios, que sirve de herramienta para asegurar la calidad de los servicios que prestan, a la vez que facilita la defensa y protección de los derechos de los consumidores. de este modo, se permite que aquellos municipios que deseen adherirse a los compromisos establecidos en la Carta, puedan sumarse de manera voluntaria, haciendo uso de su autonomía local.

En su virtud, en ejercicio de la competencia que me atribuye el artículo 23.2 c) de la Ley 11/2003, de 25 de septiembre, del Gobierno y del Consejo Consultivo,

Dispongo:

Artículo 1. Aprobación de la Carta Marco.

1. Se aprueba la Carta Marco de Servicios de las Oficinas Municipales de Información al Consumidor (OMIC), que a continuación se desarrolla en los anexos I y II.

Artículo 2. Carácter de la Carta Marco y publicidad de las Cartas de Servicios locales.

1. Las cartas de servicios en materia de consumo que, en su caso, aprueben las entidades locales deberán ajustarse a dicho modelo, sin perjuicio de las adiciones o especificaciones que puedan introducirse.

2. Una vez aprobadas se enviarán a la Dirección del Instituto de Consumo de Castilla-La Mancha para su publicación en el Diario Oficial de Castilla-La Mancha, previa comprobación de su adecuación a la carta marco.

3. Asimismo, las oficinas municipales de información al consumidor tendrán a disposición de los ciudadanos un ejemplar de la Carta de Servicios local, que contendrá, al menos, los contenidos del anexo I y los compromisos del anexo II.

4. Los indicadores del anexo II estarán disponibles en Internet con sus resultados actualizados.

Artículo 3. Subvenciones.

Las bases reguladoras de las subvenciones concedidas por el Instituto de Consumo contemplarán como criterio de valoración la aprobación de cartas de servicios ajustadas al modelo contemplado en esta Orden.

Disposición Final. Entrada en vigor.

La presente Orden entrará en vigor el día siguiente al de su publicación en el Diario Oficial de Castilla-La Mancha.

Toledo, 9 de enero de 2009

El Consejero de Salud y Bienestar Social
FERNANDO LAMATA COTANDA

Anexo I

Carta Marco de Servicios de las Oficinas Municipales de Información al Consumidor de Castilla-La Mancha

El Instituto de Consumo de Castilla-La Mancha, organismo autónomo adscrito a la Consejería de Salud y Bienestar Social, en colaboración con la Federación de Municipios y Provincias de Castilla-La Mancha y representantes de diversas OMIC de la región, han elaborado esta carta de servicios que se pretende sea modelo de referencia para cuantas otras cartas de servicio personalizadas se elaboren de ahora en adelante en las oficinas municipales de información al consumidor de las entidades locales de Castilla-La Mancha.

Datos identificativos ¿quiénes somos?

El Instituto de Consumo de Castilla-La Mancha es un organismo autónomo adscrito a la Consejería de Salud y Bienestar Social y que entre las funciones que tiene encomendadas posee la de cooperar con las Administraciones locales, potenciando la presencia y funcionamiento de las Oficinas Municipales de Información al Consumidor (OMIC), mediante las relaciones de auxilio y asistencia técnica pertinentes, y coordinar la actuación administrativa local en materia de consumo, especialmente la referida a las funciones de inspección y sanción, con las actuaciones que son competencia de la Junta de Comunidades.

El Servicio Local de Consumo o la Oficina Municipal de Información al Consumidor (OMIC) depende del Ayuntamiento y presta el servicio de asesoramiento e información al consumidor, sirve de cauce para sus reclamaciones y participa en la inspección y control del mercado, comprobando que los productos y servicios que se ofertan cumplen la normativa vigente.

Objetivos y fines.

Los Servicios Locales (Municipales) de Consumo tienen como misión garantizar con medidas eficaces la defensa y protección de los derechos de los consumidores dentro del ámbito de sus competencias.

El Servicio Local de Consumo tiene como fin:

Aumentar el nivel de prevención de los consumidores por medio de la información y asesoramiento respecto de sus derechos y el modo de ejercerlos.

Aumentar el nivel de protección de los consumidores por medio de atención de sus consultas, reclamaciones y denuncias en las OMIC.

Esta Carta de Servicios manifiesta el compromiso de las OMIC de Castilla-La Mancha con los vecinos y vecinas de su pueblo o ciudad. En ella se informa a los ciudadanos sobre los servicios que presta esta unidad administrativa y los niveles de calidad que pueden esperar en dicha prestación, siempre con el objetivo de ayudarles en el ejercicio de sus derechos en materia de consumo.

El objetivo de la carta de servicios de la Oficina Municipal de Información al Consumidor, es facilitar una herramienta a la misma para que los servicios que presta a los ciudadanos sean de calidad, de modo que a través de la información, formación e inspección de la Oficina, los derechos que la normativa les reconoce, puedan ser ejercidos de modo efectivo.

Son fines de la carta:

- Detectar las necesidades de los consumidores en relación con los servicios que se prestan desde la OMIC.
- Determinar el grado de satisfacción de los consumidores con los servicios que se prestan desde la Oficina.
- Informar a los ciudadanos de las prestaciones y los servicios que se prestan por la Oficina.
- Fijar los compromisos con los consumidores y usuarios del ámbito territorial de la oficina.
- Fijar un modo de evaluar los servicios prestados, de modo que la carta además de vínculo con el ciudadano sirva también como herramienta de mejora continua.

Marco legal.

Ley 7/1985, de 2 de abril, reguladora de las Bases del Régimen Local.

Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de Protección de datos de carácter personal.

Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley general para la defensa de los consumidores y usuarios y otras leyes complementarias.

Decreto 72/1997, de 24 de junio, de las hojas de reclamaciones de los consumidores y usuarios.

Ley 7/1996, de 15 de enero, del comercio minorista.

Real Decreto 1945/1983, de 22 de junio, por el que se regulan las infracciones y sanciones en materia de defensa del consumidor y de la producción agroalimentaria.

Ley 11/2005, de 15 de diciembre, del Estatuto del Consumidor.

Ley 7/1998, de 15 de octubre, de comercio minorista de Castilla-La Mancha.

Ordenanzas Municipales del Servicio de Consumo, allá donde se encuentren aprobadas.

Normativa específica o sectorial de cada producto o servicio.

Derechos y obligaciones de los usuarios.

Son derechos de los consumidores:

- Protección frente a cada clase de riesgos que puedan afectar a su salud, seguridad.
- Derecho a la protección de sus legítimos intereses económicos y sociales.
- Protección administrativa y técnica y la reparación o indemnización de daños y perjuicios, cuando proceda.
- Información adecuada y suficiente sobre bienes y servicios.
- Derecho a educación y formación en materia de consumo.
- Recibir información y orientación sobre sus derechos como consumidores y de los cauces existentes para su ejercicio.
- Conocer los trámites y actividades que se realicen en el servicio (en la OMIC).
- Realizar solicitudes, consultas, reclamaciones, quejas y denuncias, tramitándose de acuerdo con la normativa vigente.
- Presentar quejas, reclamaciones y sugerencias sobre el servicio de la OMIC.
- Acceder a los servicios e instalaciones de la OMIC, con total confidencialidad, con un trato personalizado y por turno de solicitud del servicio.
- Garantía de confidencialidad sobre sus datos personales y los servicios afectados.

Los consumidores tienen los siguientes Deberes:

- Facilitar al personal de la oficina información, datos y documentos veraces que permitan analizar su consulta o reclamación.
- Esperar turno adoptando una actitud respetuosa con las personas que atienden la oficina y con el resto de ciudadanos presentes en ella.
- Hacer un uso adecuado de los medios e instalaciones de la OMIC.

Servicios que se ofrecen.

Recepción y registro de quejas, denuncias y reclamaciones de consumidores.

Mediación entre comerciantes y consumidores.

Recepción y contestación de demandas de información o consultas sobre consumo.

Inspección de consumo.

Formación, sensibilización y divulgación de información en materia de Consumo

Compromisos de calidad.

Los compromisos que adquieren las Oficinas Municipales de Información al Consumidor que personalicen la presente carta marco, asumirán como mínimo los que se indican en el anexo II.

Indicadores de calidad.

La presente carta marco, al ser un documento de referencia, carece de indicadores.

Los indicadores que utilicen las Oficinas Municipales de Información al Consumidor que personalicen la presente carta marco, serán como mínimo los que se indican en el anexo II.

Los indicadores están disponibles en..... [Indicar URL en la que están expuestos].

Forma de acceso a los servicios. Información de contacto.

Usted puede acceder a los servicios prestados de la siguiente forma:

De forma presencial y por teléfono en el horario de atención al público establecido en cada OMIC o Servicio local de información al consumidor, de lunes a viernes.

También se podrá acceder a través de correo electrónico, fax o correo postal.

Las direcciones postales, telefónicas y telemáticas de todas las OMIC y servicios locales de información al consumidor así como los horarios de atención se encuentran disponibles para su consulta en la página web del Instituto de Consumo de Castilla-La Mancha: <http://www.jccm.es/consumo/>.

Además, en la carta de cada una de las OMIC adheridas se personalizarán estos datos a nivel individual.

Formas de participación del usuario.

La personas usuarias de la OMIC pueden obtener información y colaborar en la mejora de los servicios, cumplimentando las encuestas de satisfacción que se realizan en las OMIC, o expresando sus opiniones y sugerencias.

Por otra parte, se remitirán los resultados de los indicadores al Consejo de Consumidores y Usuarios de Castilla-La Mancha y a los Consejos Locales de Consumo.

Formas de presentación de sugerencias, quejas y reclamaciones sobre el servicio prestado.

Su opinión nos ayuda a mejorar. Usted puede plantear sus iniciativas y sugerencias, y presentar quejas y reclamaciones por escrito (fax, correo electrónico) o presencialmente mediante un escrito en papel dirigido al Alcalde de su localidad y presentado ante el Registro General del Ayuntamiento.

Las Cartas de Servicios de cada una de las OMIC adheridas deberán incluir en este apartado la dirección, fax, correo electrónico o la referencia de donde encontrar esta información, para poder ejercer este derecho.

En el plazo máximo de 15 días hábiles desde la fecha de entrada se le dará contestación.

Garantía. Medidas de subsanación o compensación en el caso de incumplimiento de los compromisos.

En caso de que de su reclamación se evidencie el incumplimiento de alguno de los compromisos adquiridos en esta carta, el responsable de la Oficina Municipal contactará con usted por el medio que haya señalado como preferente (escrito, teléfono, e-mail, fax...) para explicarle las causas de dicho incumplimiento y las medidas adoptadas en consecuencia, resarcéndole por las molestias o perjuicios ocasionados, si procede.

Plazo de vigencia.

[Indicar la fecha del acuerdo/resolución/Decreto de aprobación de la Carta de Servicios local, su fecha de publicación en el Diario Oficial de Castilla-La Mancha, la fecha a partir de la cual surtirán efectos los compromisos asumidos y la fecha en que cesarán dichos efectos.]

Anexo II
COMPROMISOS E INDICADORES DE CUMPLIMIENTO

FACTOR CLAVE/AMBITO DE ACTUACIÓN	COMPROMISO	INDICADOR	FRECUENCIA SEGUIMIENTO	MÉTODO OBTENCIÓN	VALOR ESTÁNDAR OBJETIVO
Características de los servicios	1. Horario de atención al público en las oficinas con sede única no inferior a 20 horas semanales	Media del nº de horas de atención al público semanales	Trimestral	Cálculo trimestral de la media de horas semanal	> 20 horas semanales
	2. Dar información clara y sencilla	Puntuación media obtenida en encuesta satisfacción por comprensión de la información facilitada por el personal de la OMIC	Trimestral	ENCUESTA SATISFACCIÓN CLIENTES	≥4, >
	3. Informar presencialmente en materia de consumo, sin necesidad de pedir cita.	Porcentaje de consultas atendidas sin cita previa.	Trimestral	APLICACION INFORMATICA SIGLO	90 %
Atención al cliente	4. Priorizar la atención al público con el trato amable y profesional.	Puntuación media obtenida en encuesta satisfacción por grado de satisfacción en profesionalidad y amabilidad del personal de la OMIC:	Trimestral	ENCUESTA SATISFACCIÓN CLIENTES	≥4
Instalaciones y equipamiento	5. Mantenimiento correcto y limpieza de las instalaciones	Puntuación media obtenida en encuesta satisfacción por consideración de las instalaciones: Mantenimiento y limpieza.	Trimestral	ENCUESTA SATISFACCIÓN CLIENTES	≥4
	6. Disponer de instalaciones adecuadas (accesibles y bien señalizadas) para la prestación del servicio, que como mínimo será de una dependencia con atención al público cerrada e individualizada y con dotación informática	Puntuación media obtenida en encuesta satisfacción por consideración de las instalaciones: Accesibilidad y señalización Privacidad	Trimestral	ENCUESTA SATISFACCIÓN CLIENTES	≥4

FACTOR CLAVE/AMBITO DE ACTUACIÓN	COMPROMISO	INDICADOR	FRECUENCIA SEGUIMIENTO	MÉTODO OBTENCIÓN	VALOR ESTÁNDAR OBJETIVO
Servicio Recepción y contestación de demandas de información o consultas sobre consumo.					
Información ofrecida y capacidad de respuesta	7. Atender las consultas telefónicas sobre asuntos de consumo en el mismo día en que sean formuladas.	Porcentaje de consultas atendidas dentro del plazo (en el mismo día).	Trimestral	APLICACION INFORMATICA SIGLO	100%
	8. Atender las consultas presenciales con un tiempo de espera medio de 30 minutos.	Porcentaje de personas atendidas presencialmente dentro del tiempo medio de 30 minutos.	Trimestral	ENCUESTA SATISFACCIÓN CLIENTES	80%
Tiempo y plazos	9. Atender las consultas recibidas por escrito, por fax o correo electrónico u otro medio no telefónico ni presencial en un plazo no superior a 6 días hábiles.	Porcentaje de consultas no telefónicas (escrito, fax, correo electrónico) atendidas dentro del plazo establecido.	Trimestral	APLICACION INFORMATICA SIGLO	100%
	10. Enviar la documentación sobre consumo y publicaciones de interés que les sean solicitados por los usuarios en un plazo de 5 días hábiles desde la petición de la información	Porcentaje Envíos realizados dentro de plazo	Trimestral	APLICACION INFORMATICA SIGLO	80%
Instalaciones y equipamiento	11. Disponer de un fax y una dirección de correo electrónico mediante los que se podrán recibir consultas en materia de consumo	No existencia de quejas documentadas por no operatividad del fax y/o correo electrónico recibidas por cualquier medio	Trimestral	Cálculo trimestral del nº de quejas documentadas recibidas por este motivo	0
Servicio Recepción y registro de quejas, denuncias y reclamaciones de consumidores.					
Tiempo y plazos	12. Entrega inmediata al consumidor del Formulario de Demanda.	Porcentaje casos de entrega inmediata del formulario de demanda	Trimestral	APLICACION INFORMATICA SIGLO	100%

FACTOR CLAVE/AMBITO DE ACTUACION	COMPROMISO	INDICADOR	FRECUENCIA SEGUIMIENTO	MÉTODO OBTENCION	VALOR ESTÁNDAR OBJETIVO
	13. Registrar y tramitar las reclamaciones y denuncias de los usuarios en un plazo máximo de 5 días hábiles.	Tiempo medio desde la entrada del documento hasta que se realiza el primer trámite	Trimestral	APLICACION INFORMATICA SIGLO	≤ 5 días hábiles
Servicio Mediación entre comerciantes y consumidores.					
Tiempo y plazos	14. Priorizar la mediación de la OMIC, fijando la gestión oportuna en esta vía de conflictos por esta vía en un plazo no superior a 45 días desde el registro de la reclamación o denuncia.	Porcentaje de reclamaciones finalizadas con mediación directa de la OMIC dentro del plazo establecido.	Trimestral	APLICACION INFORMATICA SIGLO	≥80%
Servicio Formación, sensibilización y Divulgación de Información en materia de Consumo					
Características de los servicios	15. Realizar en cada ejercicio una Campaña Informativa Sobre Consumo que incluya las funciones, la localización y las actividades del servicio municipal de consumo.	Número de campañas informativas realizadas al año.	Anual	APLICACION INFORMATICA SIGLO	≥1
	16. Realizar en cada ejercicio una Actividad Formativa De Consumo.	Número de Actividades Formativas realizadas al año	Anual	APLICACION INFORMATICA SIGLO	≥1
	17. Realizar al menos una actividad divulgativa sobre el Sistema Arbitral De Consumo	Número de empresas o establecimientos adheridos al Sistema Arbitral de Consumo	Anual	APLICACION INFORMATICA SIGLO	≥1