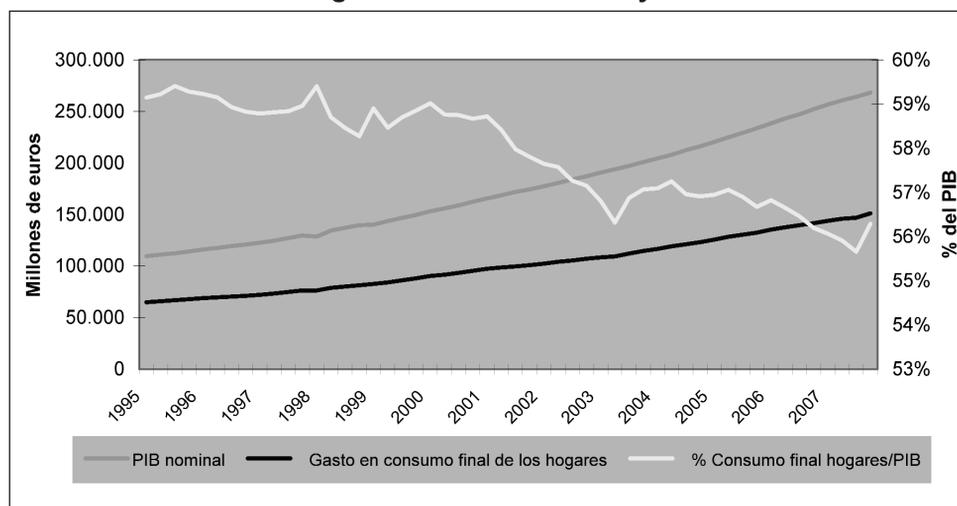


### 3.5 CONSUMO

Como se desprende del gráfico 3.5.1, el consumo tiene una gran importancia desde el punto de vista macroeconómico. Concretamente, según los datos de la Contabilidad Regional de España del Instituto Nacional de Estadística (corregidos de estacionalidad y calendario y de los que no existe desagregación por Comunidades Autónomas), en el último trimestre de 2007 el gasto en consumo final de los hogares suponía el 56,28% del Producto Interior Bruto de España a precios corrientes. Ahora bien, como también se observa, el consumo privado ha ido perdiendo peso relativo respecto al PIB en los últimos años a medida que éste ha ido creciendo. Esta es una característica general de las sociedades desarrolladas, en las que, a mayores niveles de producción y renta, corresponden proporciones menores de consumo de los hogares (en términos económicos, la propensión al consumo disminuye con el nivel de renta)

**GRÁFICO 3.5.1 EVOLUCIÓN DEL CONSUMO FINAL DE LOS HOGARES Y DEL PIB**  
**Datos corregidos de estacionalidad y calendario**



Fuente: Elaboración propia con datos de la Contabilidad Nacional Trimestral de España Base 2000. INE.

Pero, además de su papel meramente económico, el consumo representa una actividad social que afecta a todos los ciudadanos, puesto que todos, en una u otra medida, son consumidores. Ello ha hecho que las distintas Administraciones Públicas se impongan la obligación de proteger a los consumidores, asegurando el ejercicio de sus derechos y su libre elección de bienes y servicios. Así se reconoce para la Unión Europea en el artículo 153 del Tratado Constitutivo de la Comunidad Europea y en el artículo 51 de la Constitución Española para el Estado español.

En nuestra Comunidad, el artículo 32.6 del Estatuto de Autonomía de Castilla-La Mancha otorga a la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha, en el marco de la legislación básica del Estado, el desarrollo legislativo y ejecución en materia de defensa del consumidor y usuario. En la actualidad, estas competencias las ejerce el recientemente creado Instituto del Consumo de Castilla-La Mancha, Organismo Autónomo adscrito a la Consejería de Sanidad.

Por último, no hay que olvidar, que también la Administración Local, según el artículo 25.2 g) de la Ley 7/1985, de 2 de abril, de Bases del Régimen Local, cuenta con competencias en la “defensa de usuarios y consumidores”.

### **3.5.1 PATRONES DE CONSUMO EN CASTILLA-LA MANCHA**

Dado que en el Capítulo 5, dedicado a analizar el comercio en Castilla-La Mancha, se incluye un análisis pormenorizado de las principales características de los consumidores, nos limitaremos aquí a dar una visión general de la estructura del consumo en nuestra región a partir de la Encuesta de Presupuestos Familiares (EPF) que, con carácter anual, elabora el INE y que sustituyó en 2007 a la anterior Encuesta Continua de Presupuestos Familiares (ECPF) que se publicaba trimestralmente. El único dato disponible de la EPF corresponde a 2006, lo que nos impide analizar la evolución de los parámetros, dado que no es posible enlazar con los de la ECPF por no ser homogéneas ambas encuestas. Teniendo en cuenta estas salvedades, en la tabla 3.5.1 se recogen los principales resultados de la misma.

Como se observa, el gasto total de los hogares en Castilla-La Mancha ascendió a casi 17.000 millones de euros, lo que pone de manifiesto que, también en nuestra Comunidad, el consumo tiene una gran importancia económica. Esta cifra representaba el 3,64% del total del gasto en consumo de los hogares en España, porcentaje inferior al que representa la población regional sobre la total del país, pero muy similar al peso del PIB regional sobre el nacional, lo que pone de manifiesto que la propensión al consumo de Castilla-La Mancha no se aleja mucho de la media española.

Pasando de los datos absolutos a los relativos -mucho más significativos, por otra parte-, la medida del gasto se realiza en función de dos parámetros: el gasto medio por hogar y el gasto medio por persona que, en 2006, se situaron en nuestra región en los 25.495,61 euros y 8.945,31 euros, respectivamente. Estos niveles colocaban a nuestra Comunidad entre las de menores niveles de consumo, puesto que en ambos parámetros se situaba como la tercera con menor gasto (por encima de Rioja y Extremadura en el primer caso y de Extremadura y Ceuta y Melilla, en el segundo). De hecho, el gasto medio por hogar suponía el 86,74% de la media nacional y el gasto medio por persona el 84,13% de la misma.

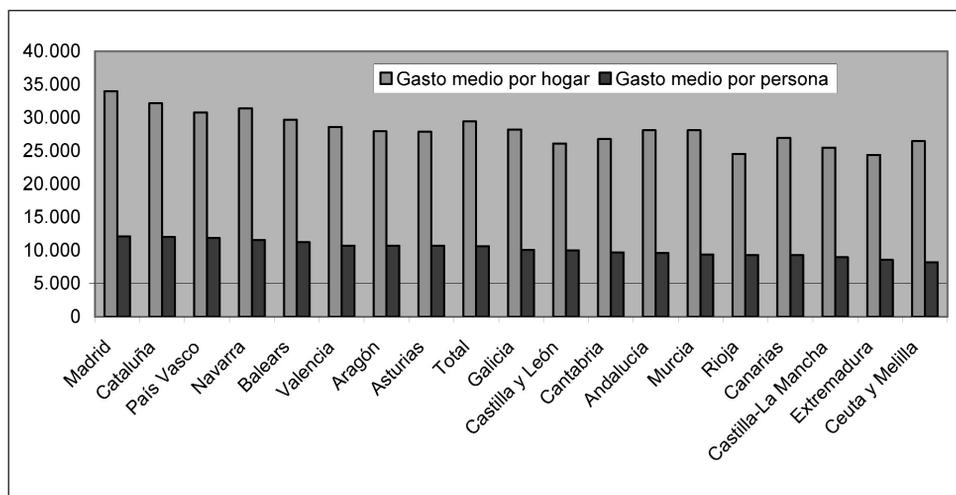
**TABLA 3.5.1 GASTO EN CONSUMO EN 2006**

	Gasto total		Gasto medio por hogar		Gasto medio por persona	
	Miles de euros	% s/ el total	Euros	% s/ el total	Euros	% s/ el total
<b>Total</b>	<b>466.058.239</b>	<b>100,00</b>	<b>29.393,93</b>	<b>100,00</b>	<b>10.632,15</b>	<b>100,00</b>
Andalucía	74.713.409	16,03	28.055,64	95,45	9.554,63	89,87
Aragón	13.396.999	2,87	27.908,26	94,95	10.684,19	100,49
Asturias	11.209.494	2,41	27.845,32	94,73	10.662,51	100,29
Balears	11.143.809	2,39	29.672,36	100,95	11.208,57	105,42
Canarias	18.201.196	3,91	26.945,89	91,67	9.257,72	87,07
Cantabria	5.376.245	1,15	26.732,46	90,95	9.668,21	90,93
Castilla y León	24.520.587	5,26	26.081,04	88,73	10.000,27	94,06
<b>Castilla-La Mancha</b>	<b>16.967.891</b>	<b>3,64</b>	<b>25.495,61</b>	<b>86,74</b>	<b>8.945,31</b>	<b>84,13</b>
Cataluña	83.546.703	17,93	32.140,00	109,34	11.994,94	112,82
Valencia	50.150.353	10,76	28.611,70	97,34	10.720,13	100,83
Extremadura	9.124.608	1,96	24.370,96	82,91	8.565,99	80,57
Galicia	27.285.465	5,85	28.215,50	95,99	10.083,93	94,84
Madrid	72.196.963	15,49	33.958,95	115,53	12.111,83	113,92
Murcia	12.645.428	2,71	28.055,44	95,45	9.391,17	88,33
Navarra	6.744.936	1,45	31.358,38	106,68	11.542,70	108,56
Pais Vasco	24.910.354	5,34	30.764,01	104,66	11.855,74	111,51
Rioja	2.802.785	0,60	24.487,66	83,31	9.320,97	87,67
Ceuta y Melilla	1.121.014	0,24	26.435,89	89,94	8.190,13	77,03

Fuente: Elaboración propia con datos de la EPF Base 2006 del INE.

Por otra parte, como se observa, los niveles más elevados de gasto, se corresponden, casi exactamente, con las Comunidades de mayores niveles de renta y riqueza.

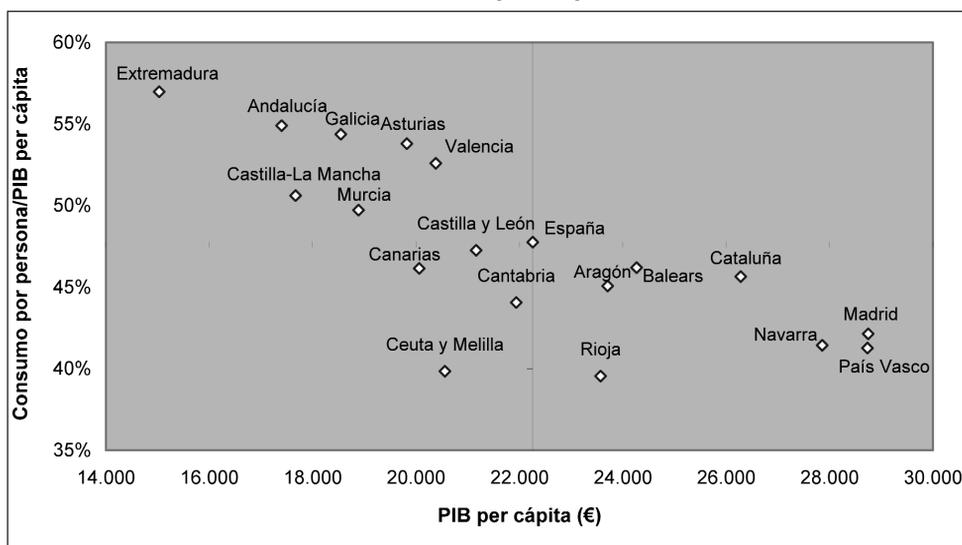
**GRÁFICO 3.5.2 GASTOS MEDIOS POR HOGAR Y POR PERSONA AÑO 2006. Euros**



Fuente: Elaboración propia con datos de la EPF Base 2006 del INE.

Sin embargo, si ponemos en relación los datos de consumo con los del PIB de cada territorio, ambos en términos per cápita (gráfico 3.5.3), se observa, como se comentó al principio del epígrafe, una disminución –en términos generales- de la propensión al consumo a medida que aumentan los niveles de renta, de manera que las posiciones relativas de las distintas Comunidades prácticamente se invierten. Concretamente, Extremadura ocupa la primer posición y Castilla-La Mancha la sexta.

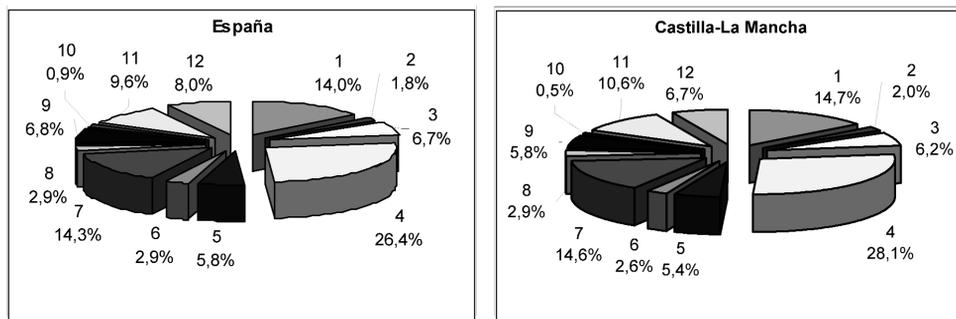
**GRÁFICO 3.5.3 GASTO EN CONSUMO MEDIO POR PERSONA EN RELACIÓN AL PIB per cápita. AÑO 2006**



Fuente: Elaboración propia con datos de la EPF Base 2006 y de la Contabilidad Regional Base 2000 del INE.

En cuanto a la estructura del consumo, y tal como se recoge en el gráfico 3.5.4, son los gastos asociados a la vivienda los que representan un mayor porcentaje del total del consumo en los hogares de Castilla-La Mancha, hasta absorber algo más del 28% del total. Los gastos en alimentos y bebidas no alcohólicas y en transporte (prácticamente con el mismo nivel) ocupan una segunda posición, con algo más del 14,5% del total. Del resto de grupos, sólo representan porcentajes significativos los de hoteles, cafés y restaurantes (10,6%), el vestido y el calzado (6,2%), ocio, cultura y espectáculos (5,8%) y mobiliario y equipamiento del hogar (5,4%). Como se observa, esta estructura regional del consumo es muy similar, en términos generales, a la que se da en el conjunto del país.

**GRÁFICO 3.5.4 ESTRUCTURA DEL GASTO TOTAL EN CONSUMO DE LOS HOGARES. AÑO 2006**  
**Porcentajes sobre el total**



Fuente: Elaboración propia con datos de la EPF Base 2006 del INE.

Grupos: 1. Alimentos y bebidas no alcohólicas; 2. Bebidas alcohólicas, tabaco y narcóticos; 3. Artículos de vestir y calzado; 4. Vivienda, agua, electricidad, gas y otros combustibles; 5. Mobiliario, equipamiento del hogar y gastos corrientes de conservación de la vivienda; 6. Salud; 7. Transportes; 8. Comunicaciones; 9. Ocio, espectáculos y cultura; 10. Enseñanza; 11. Hoteles, cafés y restaurantes; 12. Otros bienes y servicios

Como se ha dicho, la EPF no nos permite analizar la evolución de este patrón de consumo a lo largo del tiempo, por eso puede ser interesante recordar lo que se recogía al respecto en el Informe del Ministerio de Sanidad y Consumo “25 Años de Política de Consumo” que divide el consumo medio anual de los ciudadanos en ocho grandes grupos y estudia su evolución entre 1980 y 2000 en el conjunto del país y en las distintas Comunidades Autónomas.

Según este Informe, en este periodo de tiempo se produjo una pérdida de peso de los gastos dedicados a alimentación, bebidas y tabaco que pasaron de representar el 37,2% en 1980 al 22,3% del gasto anual medio en 2000. Por el contrario, aumentaron notablemente su importancia los gastos de adquisición y mantenimiento de la vivienda, que ganan en igual periodo más de 8 puntos y desbancan del primer lugar a la alimentación en 2000. También aumentan su peso el resto de grupos salvo los de muebles y calzado.

Por otra parte, esta evolución en los patrones de consumo, se ha dado en el mismo sentido en el conjunto del país, y es un reflejo del desarrollo económico experimentado por nuestra región en este periodo, que ha lleva a los consumidores a diversificar su consumo entre un mayor número de bienes y servicios y a que los bienes de primera necesidad pierdan peso a favor de otros menos básicos.

### **3.5.2 DEFENSA DE LOS DERECHOS DEL CONSUMIDOR Y USUARIO**

En el ámbito de nuestra Comunidad los derechos de los consumidores y usuarios se recogen en el Estatuto del Consumidor de Castilla-La Mancha, y son, fundamentalmente, el derecho a la protección de su salud y seguridad de los consumidores y usuarios, de sus legítimos intereses económicos y sociales, derecho a la protección jurídica, administrativa y técnica, a la información y educación, así como a participar y ser representado. La Administración regional dedicó en 2007, a la política de defensa, protección y formación de los consumidores algo más de 8 millones de euros, con un incremento del 26,22% respecto a 2006, más del doble que el incremento medio de los Presupuestos regionales.

Antes de entrar a analizar actuaciones concretas, destacaremos los principales recursos con que cuentan los consumidores y usuarios para hacer efectiva la defensa de sus derechos.

- Las OMIC constituyen el principal recurso de atención a los consumidores de la Administración Local, y, dada su cercanía, son uno de los cauces principales para que los consumidores se informen y presenten sus demandas de consumo. A finales de 2007 existían registradas en Castilla-La Mancha 141 OMIC, una más que el año anterior. Con ellas se atendía al 87,48% de la población y el 62,10% de las Entidades Locales de la región. Según el Instituto de Consumo, nuestra Comunidad contaba con una OMIC por cada 13.856 habitantes, ratio mucho más favorable que la del conjunto de España que es, según la misma fuente, de una por cada 54.000.

- El asociacionismo, por su parte, permite a los consumidores defender de una manera más eficaz sus derechos de forma colectiva. A finales de 2007 existían en nuestra Comunidad un total de 53 asociaciones de consumidores (5 más que en 2006), 44 de carácter provincial y 9 Federaciones regionales.

- La Administración regional cuenta, como principal dispositivo de información con el Teléfono de Atención al Consumidor, servicio gratuito a través del cual los consumidores pueden realizar las consultas y pedir la información que necesitan sobre la materia. Durante 2007 este teléfono recibió 3.699 llamadas, un 10,45% más que las registradas en 2006.

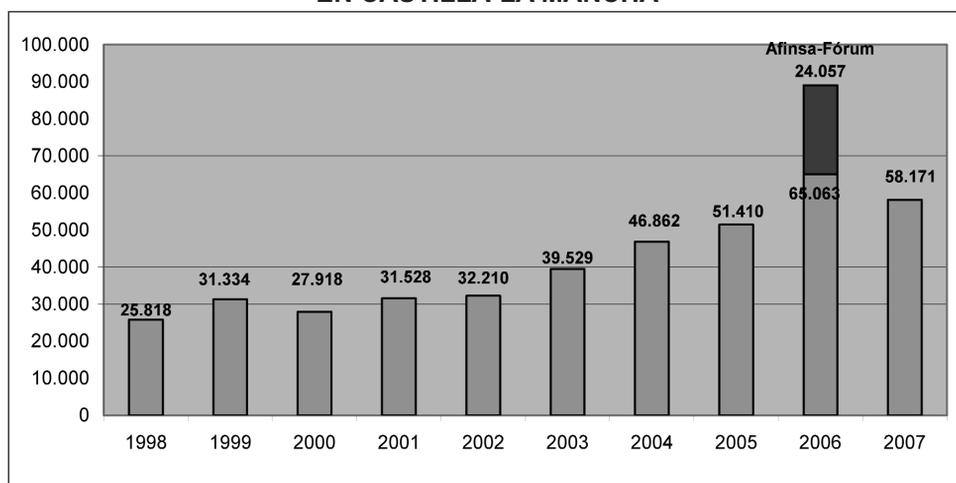
- Asimismo, se cuenta con el Centro Europeo del Consumidor en Castilla-La Mancha que cuenta con puestos telemáticos instalados en algunas oficinas de turismo de nuestra región conectados con el Centro Europeo del Consumidor, con el objetivo de atender al consumidor de cualquier estado miembro de la Unión Europea que precise información o asistencia en relación con la adquisición de un bien o la utilización de un servicio en un país diferente al propio. Este Centro cuenta con siete oficinas instaladas en las sedes de las oficinas de turismo de Toledo, Cuenca (2), Ciudad Real, Guadalajara, Albacete y Sigüenza.

## 1) Demandas de consumo

Cuando los consumidores consideran que sus derechos como tales han sido lesionados, cuentan, como principal mecanismo de defensa, con la presentación de la correspondiente demanda de consumo en alguno de los distintos dispositivos de atención habilitados al efecto (fundamentalmente las OMIC).

Durante 2007 se presentaron un total de 58.171 demandas de consumo, cifra muy inferior a la registrada el año anterior, si bien hay que tener en cuenta que en 2006 el caso AFINSA-FORUM (que motivó 24.507 demandas) desvirtúa cualquier comparación. Aun así, y descontando las correspondientes a este caso, el número de demandas en 2007 descendió un 10,59%.

**GRÁFICO 3.5.5 EVOLUCIÓN DE LAS DEMANDAS DE CONSUMO EN CASTILLA-LA MANCHA**



Fuente: Elaboración propia con datos del Instituto de Consumo de Castilla-La Mancha.

Por sectores (tabla 3.5.3), como viene ocurriendo en los últimos años, fue el de Telecomunicaciones el que motivó un mayor número de demandas de consumo, hasta representar el 15,7% del total de las presentadas en 2007. La compraventa y alquiler de vivienda ocupó la segunda posición con un 9,3% y la Hostelería y Restauración la tercera con el 8,5%. También es importante el peso que tuvieron las demandas sobre los sectores de Suministros Industriales, Automóvil y Comercio Minorista.

**TABLA 3.5.3 DEMANDAS DE CONSUMO POR SECTORES EN 2007**

SECTORES	Porcentaje sobre el total
Telecomunicaciones	15,7
Compra-venta, alquiler y construcción de viviendas	9,3
Hostelería/Restauración	8,5
Suministros industriales	8,1
Automóvil, reparar y venta-alquiler	7,1
Comercio minorista	6,3
Transportes	4,5
Actividades culturales	4,4
Electrodomésticos venta-reparación	3,3
Sanidad pública y privada	2,5
Entidades financieras	2,4
Mobiliario	2,4
Banco	2,4
Viajes	2,3
Otros	23,3
<b>TOTALES</b>	<b>100</b>

Fuente: Instituto de Consumo de Castilla-La Mancha.

## 2) Actuaciones de inspección y control de mercado

Además de las actuaciones motivadas por las demandas de los consumidores, la Administración regional también realiza un trabajo preventivo mediante las actuaciones de inspección y control del mercado, con la finalidad de detectar posibles irregularidades en materia de consumo. Para ello, se realizan una serie de campañas, programadas anualmente, que pueden ser de ámbito provincial, regional, nacional o estar, incluso, dentro de otras de ámbito de la Unión Europea. Además, también se realizan programas de inspección comunes a los tres tipos anteriores y actuaciones no programadas. En la tabla 3.5.4 se resumen las principales campañas desarrolladas a lo largo de 2007.

Como se observa, se realizaron un total de 29 campañas, 16 de ámbito regional, 12 nacional, y una de ámbito europeo. De estas campañas se derivaron finalmente 80.796 actuaciones de inspección y control de mercado, casi un 30% más que en 2006. Hay que señalar que este número de actuaciones supuso una tasa de cobertura del comercio minorista del 14,5% del total de establecimientos. Concretamente, se visitaron 5.700 en 2007, un 8,1% más que en 2006.

Del total de actuaciones de inspección, en 4.164 casos se detectó alguna irregularidad (conocidas como actuaciones positivas), lo que resultó en una tasa del 5,1%, inferior al 5,9% que se produjo en 2006.

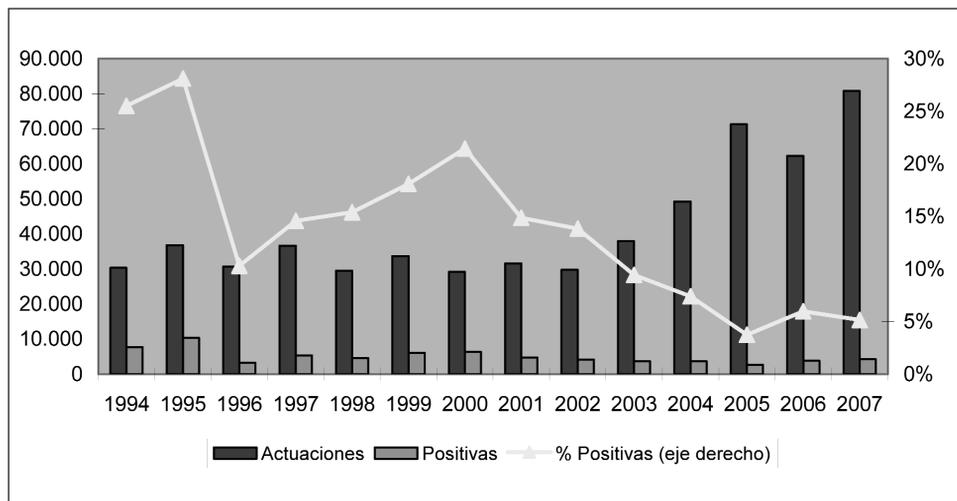
**TABLA 3.5.4 CAMPAÑAS DE INSPECCION POR TIPOS. AÑO 2007**

Campaña	Ámbito	Nº de actuaciones	% de positivas
Garantías	Regional	157	55,4%
Centros de bronceado	Regional	835	56,0%
Estaciones de servicio	Regional	186	45,7%
Ofertas y promociones	Regional	116	41,4%
Precios en hostelería	Regional	772	38,5%
Comercio minorista	Regional	298	25,2%
Control de calidad-control sistemas de mercado	Regional	820	18,8%
Prohibición de venta de alcohol a menores	Regional	444	7,0%
Promoción y venta de vivienda	Regional	88	48,7%
Rebajas	Regional	593	38,8%
Talleres de reparación de automóviles	Regional	137	36,5%
Venta automática	Regional	131	76,3%
Etiquetado y marcado gafas de sol	Regional	39	38,5%
Ferias y fiestas locales	Regional	8	0,0%
Aparcamientos	Nacional	35	48,6%
Control de mezclas en aceite de oliva	Nacional	10	10,0%
Control del precio por unidad de medida	Nacional	250	32,0%
Etiquetado de jamones	Nacional	47	38,3%
Guirnaldas luminosas	Nacional	259	47,1%
Indicación de precios, hojas de reclamaciones y publicidad	Nacional	689	27,4%
Precio por unidad de medida y etiquetado en lengua oficial	Nacional	251	40,6%
Productos etiquetados como BIO	Nacional	16	18,7%
Servicios de telecomunicaciones	Nacional	6	50,0%
Textil: etiquetado, composición, seguridad ropa infantil	Nacional	90	55,5%
Veracidad marcado CE juguetes	Nacional	49	14,3%
<b>No Programadas</b>			
Red de alerta	Unión Europea	70.588	0,8%
Denuncias	Nacional	641	49,8%
Actuaciones de oficio	Regional	2.125	30,2%
Otras actuaciones	Regional	1.116	29,4%
<b>Total</b>	<b>29</b>	<b>80.796</b>	<b>5,1%</b>

Fuente: Instituto de Consumo de Castilla-La Mancha.

En gran medida, las campañas de inspección se dirigen hacia los productos o servicios sobre los que se ponen de manifiesto irregularidades a través de la Red de Alerta, mecanismo de ámbito europeo al que más adelante haremos referencia, y que supuso en 2007 algo más del 87% del total de actuaciones. Todo ello explica la gran variabilidad que se produce, de un año a otro, tanto en los sectores inspeccionados como en el número de actuaciones y en el porcentaje de irregularidades detectadas (gráfico 3.5.6).

**GRÁFICO 3.5.6 ACTUACIONES DE INSPECCIÓN DE CONSUMO DE LA ADMINISTRACIÓN REGIONAL**



Fuente: Elaboración propia con datos del Instituto de Consumo de Castilla-La Mancha.

Cuenca fue la provincia en la que se desarrollaron un mayor número de actuaciones de inspección en 2007, con casi el 32% del total de la región. Le siguieron Albacete, con algo más del 30% y Ciudad Real con el 18,32%. Toledo agrupó el 13% de las actuaciones, mientras que en Guadalajara se desarrollaron únicamente algo más del 6%. A nivel provincial se pone de manifiesto, más acusadamente si cabe, la comentada la variabilidad de la actividad inspectora. Así, por ejemplo, el porcentaje de actuaciones positivas (y que, por tanto, revelaron alguna irregularidad) sobre el total de cada provincia, va desde el 1,1% de Cuenca al 10,1% de Ciudad Real.

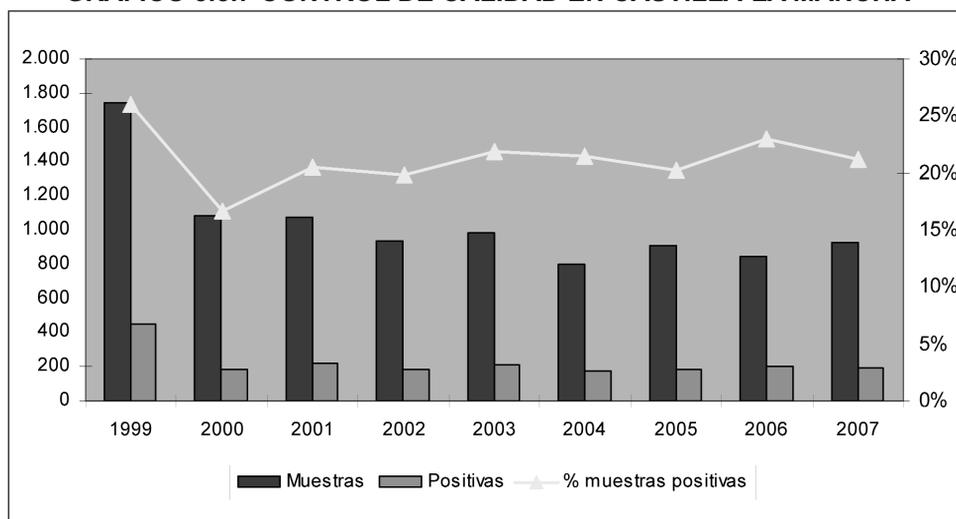
**TABLA 3.5.5 ACTUACIONES DE INSPECCIÓN Y CONTROL  
DETALLE PROVINCIAL**

		2006		2007		Variación 2007/2006
			% s/ Total		% s/ Total	
<b>Albacete</b>	ACTUACIONES DE INSPECCIÓN	22.096	35,50%	24.654	30,51%	11,58%
	% DE POSITIVAS	4,30%		4,50%		0,20
<b>Ciudad Real</b>	ACTUACIONES DE INSPECCIÓN	16.064	25,81%	14.805	18,32%	-7,84%
	% DE POSITIVAS	8,50%		10,10%		1,60
<b>Cuenca</b>	ACTUACIONES DE INSPECCIÓN	5.240	8,42%	25.842	31,98%	393,17%
	% DE POSITIVAS	5,80%		1,10%		-4,70
<b>Guadalajara</b>	ACTUACIONES DE INSPECCIÓN	4.273	6,86%	4.988	6,17%	16,73%
	% DE POSITIVAS	7,20%		7,40%		0,20
<b>Toledo</b>	ACTUACIONES DE INSPECCIÓN	14.576	23,42%	10.507	13,00%	-27,92%
	% DE POSITIVAS	5,30%		8,40%		3,10
<b>Castilla-La Mancha</b>	ACTUACIONES DE INSPECCIÓN	<b>62.249</b>	<b>100,00%</b>	80.796	<b>100,00%</b>	29,79%
	% DE POSITIVAS	<b>5,90%</b>		5,10%		-0,80

Fuente: Elaboración propia con datos del Instituto de Consumo de Castilla-La Mancha.

Un programa común a los distintos tipos de campañas de inspección y control es el Control de Calidad, que tiene por finalidad asegurar que los productos y servicios puestos a disposición de los consumidores de la región cumplen con la normativa correspondiente, para lo cual se realiza una toma de muestras de determinados productos (relacionados, fundamentalmente, con las campañas de inspección programadas y de productos que se hayan denunciado). En 2007, dentro del Control de Calidad se tomaron un total de 926 de las que el 196, es decir, el 21,2%, pusieron de manifiesto a algún tipo de infracción. Este porcentaje es algo superior al del año anterior.

**GRÁFICO 3.5.7 CONTROL DE CALIDAD EN CASTILLA-LA MANCHA**



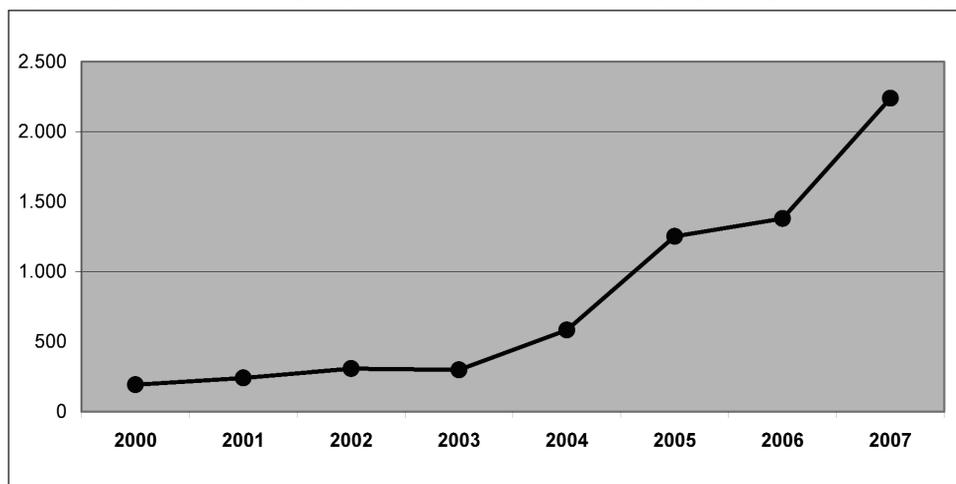
Fuente: Elaboración propia con datos del Instituto de Consumo de Castilla-La Mancha.

### 3) Red de alerta

El Sistema de Intercambio Rápido de Información, conocido como “Red de Alerta”, es un mecanismo de ámbito europeo establecido en 2000, con la finalidad de permitir la identificación y seguimiento de productos peligrosos para la seguridad de los consumidores europeos, del que participan todos los Estados Miembros de la Unión Europea. En nuestra Comunidad corresponde su gestión al Instituto de Consumo de Castilla-La Mancha (bajo la coordinación del Instituto Nacional de Consumo).

En la Red se produjeron un total de 2.240 notificaciones, lo que supuso un incremento del 32,4% respecto a las de 2006. Como ya se ha dicho, la Red de Alerta se ha convertido en el más importante instrumento de control del mercado en Castilla-La Mancha, por encima de la actividad originada en campañas ordinarias. Así, como se recoge en el gráfico 3.5.5, el incremento en la actividad de la Red ha sido constante desde su creación, multiplicándose por seis en los últimos cinco años el número de productos sobre los que se ha comunicado alguna alerta.

**GRÁFICO 3.5.5 EVOLUCIÓN DEL NÚMERO DE PRODUCTOS ALERTADOS**



Fuente: Elaboración propia con datos del Instituto de Consumo de Castilla-La Mancha.

La mayor parte de las alertas de la Red en 2007, concretamente el 72,14%, procedían de otros países de la Unión Europea o de las instituciones comunitarias. Las alertas procedentes de las Comunidades Autónomas españolas representaron el 27,19%, correspondiendo el 0,67% restante a las emitidas por el propio Instituto de Consumo de Castilla-La Mancha.

**TABLA 3.5.6 PRINCIPALES INDICADORES DE LA RED DE ALERTA EN CASTILLA-LA MANCHA**

	2006	2007	Variación 2007/2006
Productos notificados en la red de alerta	1.380	2.240	62,32%
Productos alertados desde Castilla-la Mancha	14	34	142,86%
% alertas de Castilla-La Mancha/ alertas procedentes resto de España	1,80%	2,40%	0,6
Unidades intervenidas en Castilla-La Mancha	305	7.048	2210,82%

Fuente: Elaboración propia con datos del Instituto de Consumo de Castilla-La Mancha.

#### 4) Actividad sancionadora en materia de consumo

Como se recoge en la tabla 3.5.7, en 2007 se incoaron 795 expedientes sancionadores en materia de consumo, 644 de los cuales dieron lugar a alguna sanción, que, de media, alcanzó los 1.118 euros. Por provincias, fue Ciudad Real, con 364, donde más expedientes sancionadores se incoaron, lo que suponía más del 45% del total regional, Albacete agrupó el 20% y Toledo algo más del 16%. Cuenca y Guadalajara, por su parte, representaron porcentajes de poco más del 11% y del 6%, respectivamente.

Respecto a 2006, se produjeron incrementos del 9,5% en el número de expedientes iniciados y del 13,82% en las resoluciones sancionadoras, lo que hizo

que ascendiese el grado de eficacia del procedimiento (que alcanzó el 94,3%, frente al 92,1% de 2006).

**TABLA 3.5.7 ACTIVIDAD SANCIONADORA EN MATERIA DE CONSUMO**

	2003	2004	2005	2006	2007	Variación 2007/2006
<b>Nº de expedientes sancionadores incoados</b>	676	641	757	726	<b>795</b>	9,50%
<b>Nº de resoluciones sancionadoras</b>	403	403	545	644	<b>733</b>	13,82%
<b>Sanción media (euros)</b>	677	697	541	571	<b>1.118</b>	95,66%
<b>Tasa sancionadora (1)</b>	11,2	11,1	20,6	17,3	<b>17,6</b>	0,3
<b>Grado de eficiencia (2)</b>	63,3	67,2	77,5	92,1	<b>94,3</b>	2,2

(1) Nº Resoluciones sancionadoras/nº actuaciones positivas. (2) nº expedientes resueltos/nº expedientes incoados

Fuente: Instituto de Consumo de Castilla-La Mancha.

Como referencia de la actividad sancionadora de nuestra Comunidad en relación a la del conjunto de España, se puede decir que en 2002 (último dato publicado por el Instituto Nacional del Consumo), se incoaron un total de 115.815 expedientes, de los que en 37.009 se encontró algún tipo de irregularidad.

## 5) Arbitraje de Consumo

El Sistema Arbitral de Consumo tiene como finalidad atender y resolver con carácter vinculante y ejecutivo las quejas o reclamaciones de los consumidores y usuarios, en relación a sus derechos legalmente reconocidos, todo ello sin perjuicio de la protección administrativa y de la judicial. Para ello se creó en 1994 la Junta Arbitral de Consumo de Castilla-La Mancha, instancia a la que se adhieren voluntariamente los empresarios y los consumidores. Además de la Junta Arbitral, se fueron creando una serie de Centros Colaboradores, situados en las capitales de provincia y en las ciudades más pobladas de la Comunidad, de los que, a finales de 2007 existían veinte.

En 2007 se adhirieron al Sistema de Arbitraje 259 nuevas empresas, lo que situó el número total de empresas adheridas a finales de 2007 en 9.857. A nivel nacional, según los últimos datos disponibles referidos a 2004, el sistema está compuesto por 73 Juntas Arbitrales (una nacional, 19 autonómicas, 3 de Mancomunidades municipales, 10 provinciales y 40 municipales) y al mismo estaban adheridas 119.680 empresas.

En cuanto a su actividad, hay que señalar que en 2007 se presentaron ante la Junta Arbitral de Consumo de Castilla-La Mancha un total de 1.344 expedientes, de los que fueron admitidos a trámite, finalmente, 1.125, lo que supuso un incremento de más del 27% respecto al ejercicio anterior. A nivel nacional, y según el último dato publicado por el Instituto Nacional del Consumo correspondiente a 2006, el número de solicitudes de arbitraje ascendió a 56.476. Por centros colaboradores, fue el Ayuntamiento de Albacete en el que se tramitaron un mayor número de expedientes, con el 22,58% del total, seguido del Ayuntamiento de Toledo, con el 16%.

Como viene ocurriendo desde el comienzo del funcionamiento del sistema, es el sector de las Comunicaciones (congruentemente con su importancia dentro de las demandas de consumo) el que agrupa el mayor número de expedientes, con casi el 62% del total de los tramitados en 2007 y un notable incremento respecto a 2006. Le siguió, a gran distancia por Transportes (18,84% del total) y Tintorería (7,82%). Destaca el fuerte incremento en el número de reclamaciones procedentes del sector Venta y Reparación de Vehículos y el de las Empresas de Agua.

**TABLA 3.5.8 EXPEDIENTES ARBITRALES ADMITIDOS A TRÁMITE  
SEGUN SECTORES EMPRESARIALES**

	2006		2007		Variación
	Número	Porcentaje sobre el total	Número	Porcentaje sobre el total	
Comunicaciones	451	51,02%	697	61,96%	54,55%
Transportes	107	12,10%	122	10,84%	14,02%
Tintorería	119	13,46%	88	7,82%	-26,05%
Vivienda	30	3,39%	41	3,64%	36,67%
Electrodomésticos	42	4,75%	30	2,67%	-28,57%
Venta y reparación de vehículos	18	2,04%	30	2,67%	66,67%
Varios	18	2,04%	25	2,22%	38,89%
Textiles	11	1,24%	16	1,42%	45,45%
Mobiliario y carpintería	14	1,58%	11	0,98%	-21,43%
Empresa de Agua	6	0,68%	10	0,89%	66,67%
Agencias de viaje	8	0,90%	9	0,80%	12,50%
Combustibles			9	0,80%	
Enseñanza	5	0,57%	6	0,53%	20,00%
Informática	14	1,58%	6	0,53%	-57,14%
Zapatería	11	1,24%	4	0,36%	-63,64%
Joyería	2	0,23%	3	0,27%	50,00%
Ópticas-Artículos Médicos	4	0,45%	3	0,27%	-25,00%
Banca	5	0,57%	2	0,18%	-60,00%
Jardinería			2	0,18%	
Internet	14	1,58%	1	0,09%	-92,86%
Estética-peluquería				0,00%	
Fotografía	4	0,45%		0,00%	-100,00%
Parking	1	0,11%		0,00%	-100,00%
<b>Total</b>	<b>884</b>	<b>100,00%</b>	<b>1.125</b>	<b>100,00%</b>	<b>27,26%</b>

Fuente: Instituto de Consumo de Castilla-La Mancha.

Aparte de los desestimados o los archivados, los procedimientos de la Junta Arbitral de Consumo pueden acabar en un laudo favorable al consumidor o al empresario o en un laudo conciliatorio, con acuerdo entre las partes. En 2007, se produjeron 1.022 laudos, de los que 123 fueron conciliatorios, 530 estimatorios para las pretensiones de los consumidores y el resto desestimaron las mismas.

## 6) Actividades de Información, formación y educación de los consumidores

Como se ha comentado, dentro de los derechos reconocidos a los consumidores y usuarios de nuestra región por el Estatuto del Consumidor se encuen-

tran los de información, formación y educación. Por ello, una parte importante de la actuación de la Administración regional en materia de consumo va dirigida a estas áreas. Seguidamente se relacionan las actividades más importantes desarrolladas a lo largo de 2007.

1. ACTIVIDADES FORMATIVAS Y EDUCATIVAS. En cuanto a los consumidores en general, destaca el programa “Aulas de consumo responsable” a través del cual se desarrollaron 329 talleres educativos en 207 centros escolares de educación primaria en los que participaron cerca de 14.000 alumnos. Asimismo, hay que señalar, como principal recurso en la materia, los 6 Centros de Formación del Consumidor, que se configuran como aulas permanentes que disponen de materiales didácticos dirigidos a todos los ciudadanos, y, especialmente, a los niños en edad escolar. En 2007 se pusieron en marcha los de Talavera de la Reina en Toledo, Azuqueca de Henares en Guadalajara, Torralba de Calatrava en Ciudad Real y San Clemente en Cuenca. En 2007 se realizaron en estos centros 694 actividades en las que participaron algo más de 14 mil niños.

2. ACTIVIDADES DE DIVULGACIÓN E INFORMACIÓN. Se puede destacar la concesión de ocho nuevos distintivos de calidad, con los que existían, a finales de ese año, un total de 86 distintivos en toda la región y la realización de distintas campañas divulgativas e informativas, como las del Día Mundial de los Derechos del Consumidor (celebrado en Talavera de la Reina), las habituales Campañas de verano y de Navidad y la de información sobre la adquisición de la vivienda.

### **3.6 CULTURA Y DEPORTE**

Como primera aproximación a la relación de los ciudadanos con las actividades culturales, de ocio y deportivas, se recogen en la tabla 3.6.1 los principales resultados disponibles de la Encuesta sobre la Participación de la Población Adulta en las Actividades de Aprendizaje (EADA) del año 2007 realizada por el INE y que se refiere a la población de entre 25 y 74 años. Como se observa, en Castilla-La Mancha la actividad cultural más practicada es el cine, al que habían asistido en el último año prácticamente la mitad de los ciudadanos de la región. Le seguían, prácticamente con el mismo grado de participación, las artes escénicas y los conciertos y los museos y exposiciones, con algo más del 45%. Por último, a los eventos deportivos habían asistido a lo largo de 2007 el 36% de los ciudadanos.