

INFORME DE BUENAS
PRÁCTICAS EN LA ATENCIÓN
AL CONSUMIDOR EN EL
ÁMBITO LOCAL.

Especial atención al consumidor
en municipios rurales.

FEMP

DOCUMENTO BUENAS PRÁCTICAS
OCTUBRE 2025



Contenido

1. ANTECEDENTES Y MARCO GENERAL.....	2
2. MARCO GENERAL DE ATENCIÓN AL CONSUMIDOR.....	3
3. BUENAS PRÁCTICAS MUNICIPALES EN MATERIA DE CONSUMO	3
4. ATENCIÓN AL CONSUMIDOR EN MUNICIPIOS RURALES	13

1. ANTECEDENTES Y MARCO GENERAL

La Comisión de Consumo de la Federación Española de Municipios y Provincias (FEMP) constituye el principal espacio de coordinación, intercambio y trabajo conjunto entre las entidades locales en materia de protección y atención a las personas consumidoras. Desde su creación, esta Comisión ha impulsado diversas iniciativas orientadas a reforzar el papel de los gobiernos locales en la defensa de los derechos de los consumidores, la promoción del consumo responsable y la mejora de los servicios públicos vinculados a esta materia.

En el marco de estas actuaciones, la Comisión viene promoviendo la recopilación y difusión de **buenas prácticas locales** que sirvan como referencia e inspiración para otras entidades. Estas experiencias permiten visibilizar el valor añadido que aportan los municipios y diputaciones a la protección de los consumidores, tanto mediante la gestión directa de Oficinas Municipales de Información al Consumidor (OMIC) como a través de programas de educación y sensibilización o de la prestación de servicios a distancia.

Durante el año 2025, y a iniciativa de la Comisión de Consumo, se acordó elaborar un **Informe de Buenas Prácticas en la Atención al Consumidor en el Ámbito Local**, con el doble objetivo de:

- Recopilar y poner en valor las **actuaciones desarrolladas por los municipios en materia de consumo**.
- Identificar modelos de atención especialmente útiles para los **municipios rurales o de menor tamaño**, donde la prestación de estos servicios resulta más compleja.

Para la elaboración del presente informe se solicitó la colaboración del **Grupo de Técnicos Online de Consumo** de la FEMP, que reúne a personal técnico de distintas entidades locales con competencias o experiencia en este ámbito. El proceso se articuló en dos fases de consulta:

Se remitió un primer mensaje al grupo solicitando el envío de materiales, iniciativas y recursos relacionados con las áreas prioritarias detectadas a partir de un cuestionario previo: **economía circular, consumo responsable y educación en materia de consumo**. La finalidad era recopilar contenidos de carácter general susceptibles de incluirse en un repositorio de buenas prácticas. A esta consulta respondieron diversos ayuntamientos, entre ellos Barcelona, Córdoba, Madrid y Valladolid, aportando experiencias y actuaciones que reflejan el compromiso municipal con una atención integral y moderna al consumidor.

Por otra parte, dada la creciente preocupación de la Comisión por la atención al consumidor en el medio rural, se lanzó una segunda convocatoria específica centrada en las iniciativas activas en **municipios pequeños o sin OMIC propia**. El objetivo era conocer fórmulas alternativas de prestación del servicio en los territorios, como la asistencia de las diputaciones, los servicios mancomunados o las denominadas "OMIC móviles", y recopilar ejemplos de



coordinación entre administraciones.

En esta segunda consulta remitieron información municipios de Barcelona, Alicante, León y Madrid, cuyas aportaciones, junto con otras experiencias recabadas en el marco de la Comisión de Turismo de la FEMP, han permitido enriquecer el diagnóstico sobre la situación actual de la atención al consumidor en entornos rurales.

2. Marco General de la atención al consumidor

La **atención al consumidor** es una competencia que, en el ámbito local, se traduce principalmente en la existencia de **Oficinas Municipales de Información al Consumidor (OMIC)**, creadas al amparo de la normativa autonómica y estatal. Estas oficinas ofrecen servicios de información, orientación y mediación, constituyendo el primer nivel de defensa de los derechos de las personas consumidoras. Sin embargo, la distribución territorial desigual y las limitaciones de recursos en los municipios de menor tamaño generan **brechas de acceso** a estos servicios.

La FEMP ha subrayado de forma reiterada el papel de los gobiernos locales como **administraciones más próximas al ciudadano**, y la necesidad de reforzar sus capacidades en materia de consumo mediante herramientas de apoyo técnico, formación y cooperación interadministrativa.

Asimismo, las políticas de consumo locales se enfrentan a nuevos desafíos vinculados con la **digitalización de los servicios, la transición hacia modelos de consumo responsable y sostenible y la educación ciudadana** en derechos y deberes de consumo.

En este contexto, el presente informe busca **poner en valor el trabajo realizado por las entidades locales**, identificar **modelos replicables** y ofrecer una visión de conjunto sobre la diversidad de enfoques existentes, prestando **especial atención a las soluciones desarrolladas en los municipios rurales** para garantizar una atención de calidad a todos los consumidores, con independencia de su lugar de residencia.

3. Buenas prácticas municipales en materia de consumo

El conjunto de experiencias y proyectos recopilados en el marco de este informe pone de manifiesto la diversidad y la madurez de las políticas locales de consumo en España. A través de las aportaciones remitidas por distintas entidades —diputaciones y ayuntamientos de distintos tamaños— se constata el compromiso del ámbito local con la defensa de los derechos de las personas consumidoras, la promoción del consumo responsable y el fortalecimiento de los servicios públicos de proximidad.

La consulta dirigida al Grupo de Técnicos Online de Consumo permitió reunir un conjunto de actuaciones representativas que abordan cuestiones muy diversas: desde programas de educación y sensibilización hasta instrumentos de apoyo técnico y líneas de subvención para



el movimiento asociativo de consumidores. En su conjunto, estas iniciativas revelan la importancia de la cooperación intermunicipal, la transversalidad de las políticas de consumo y la necesidad de adaptar la atención al consumidor a las nuevas realidades sociales, tecnológicas y territoriales.

BUENAS PRÁCTICAS:

El modelo de la Diputación de Barcelona: apoyo técnico y educación para un consumo responsable

La Diputación de Barcelona ha consolidado a lo largo de los años un modelo de trabajo en materia de apoyo a las políticas locales de consumo, articulado en torno al *Servei de Suport a les Polítiques de Consum* y la *Xarxa Local de Consum*. Este servicio tiene como objetivo **garantizar que todos los municipios de la provincia**, con independencia de su tamaño, **puedan ofrecer a su ciudadanía servicios de información, asesoramiento y formación en materia de consumo**, a través de una estructura cooperativa y descentralizada.

Entre las buenas prácticas remitidas destacan dos líneas de actuación:

a) Actividades educativas en materia de consumo responsable:

A través de un catálogo de acciones formativas disponible anualmente, la Diputación pone a disposición de los municipios un conjunto de talleres y materiales orientados a fomentar hábitos de consumo responsables y sostenibles entre la ciudadanía.

Estas actividades se dirigen a **colectivos especialmente sensibles o con necesidades específicas de protección**, como la infancia, la adolescencia, las personas con diversidad funcional y las personas mayores. Actualmente, la relación de actividades incluye **16 propuestas diferenciadas**: siete dirigidas a la población infantil, cuatro a adolescentes, dos a personas con diversidad funcional y tres a personas mayores.

La diversidad temática de las acciones permite trabajar de manera adaptada aspectos como la gestión del dinero, la lectura crítica de la publicidad, la sostenibilidad en el consumo diario, la prevención de fraudes o la seguridad en las compras digitales. Las actividades se imparten en **centros educativos, equipamientos municipales y espacios comunitarios**, lo que refuerza la capilaridad del programa y su contribución a la educación cívica desde una perspectiva integral.

Además, el hecho de que la Diputación asuma la coordinación y financiación parcial de estas acciones permite que municipios pequeños o con menos recursos dispongan igualmente de programas de sensibilización en consumo, ampliando el alcance territorial de las políticas públicas en la materia.

A2

“UPS! I ARA QUÈ?”

Destinatari: Alumnes del cicle inicial, mitjà i superior de primària d'escoles rurals

Objectiu

Introduir al col·lectiu destinatari al món del consum, a l'aprenentatge inicial dels seus drets i deures bàsics, despertant en ells la necessitat d'utilitzar els mecanismes de protecció que les administracions han posat al seu abast, amb especial atenció a la Mediació en consum.



Continguts

El taller es realitzarà en una única sessió dividida en dos blocs principals.

En el primer bloc, els assistents faran un simulacre d'adquisició d'un producte. L'aula es convertirà en quatre botigues on part dels alumnes seran els venedors i uns altres seran clients que compraran algun producte. Els alumnes-clients detectaran alguna no-conformitat en la seva compra.

En el segon bloc, es realitzaran les accions que han de fer els alumnes-venedors i els alumnes compradors

per trobar solució a la no-conformitat. Es realitzarà un simulacre de reclamació en diferents situacions.

Metodologia, horari i places

Metodologia: L'acció està dividida en 2 activitats per facilitar la comprensió dels conceptes treballats

Horari adient: Matins

Duració: 1 hora

Places: Màxim 25 alumnes



Observacions

Recomanable realitzar més d'una sessió per desplaçament per tal d'optimitzar recursos. És obligatòria la presència del tutor del curs. El nombre de tallers és limitat als recursos tècnics del SSPC



Diputació
Barcelona

Àrea de Comerç, Consum
i Salut Pública



b) Actividades de asesoramiento a colectivos municipales

La Diputación de Barcelona ofrece sesiones de formación dirigidas al personal de distintos servicios locales —como las Oficinas de Atención a la Ciudadanía o la Policía Local— con el objetivo de dotarles de conocimientos básicos en materia de consumo y de mejorar la coordinación entre departamentos.

En el caso del personal de atención al público, este tipo de formación les permite actuar como **primer nivel de orientación ciudadana**, facilitando el acceso de los consumidores a la información y derivando los casos más complejos a los servicios especializados. En el caso de la Policía Local, la capacitación les proporciona las herramientas necesarias para desarrollar con mayor eficacia su papel en materia de **policía administrativa y control de prácticas comerciales**, fortaleciendo así la protección de los consumidores en el territorio.

Ambas líneas de actuación —educación y asesoramiento interno— comparten una lógica de trabajo basada en la cooperación técnica, la formación continua y la proximidad al territorio. Constituyen, además, un ejemplo replicable de cómo una administración provincial puede **fortalecer las capacidades municipales y garantizar la cohesión territorial** en la prestación de servicios de consumo.

Toda esta información, junto con los materiales de apoyo, puede consultarse en el portal especializado que la Diputación pone a disposición de las entidades locales: <https://www.diba.cat/es/web/consum>

Además, la Diputación de Barcelona ofrece en materia de formación un **catálogo amplio de actuaciones dirigidas a múltiples colectivos**, que incluye:

- Actividades educativas en consumo responsable,
- Actividades informativas para empresarios y empresarias (asesoramiento al tejido comercial),
- Actividades de asesoramiento para los colectivos municipales,
- Actividades en medios de comunicación, y
- Cesión de material expositivo.

El catálogo completo de actividades puede consultarse en el siguiente enlace: https://www.diba.cat/documents/d/consum/activitats_consum_2026

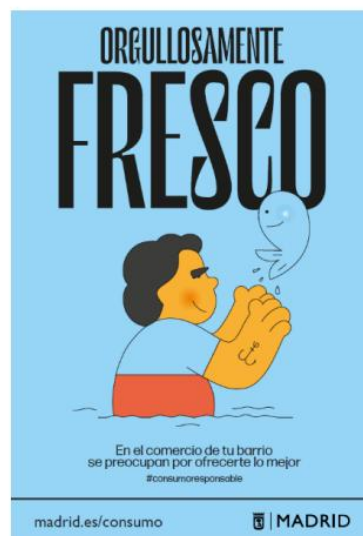
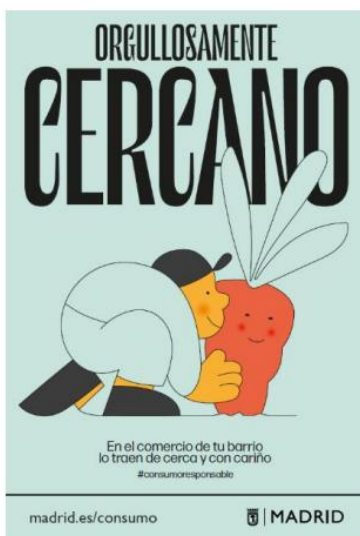
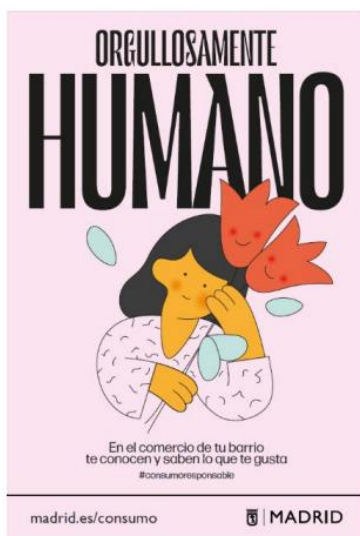
BUENAS PRÁCTICAS:

Ayuntamiento de Madrid: impulso a la sostenibilidad y al consumo responsable desde la gestión municipal

El Ayuntamiento de Madrid, a través del **Instituto Municipal de Consumo**, desarrolla un conjunto amplio de actuaciones orientadas a la protección de los derechos de las personas consumidoras y a la promoción de hábitos de consumo más sostenibles, en coherencia con los principios de la economía circular y la reducción del impacto ambiental asociado al consumo urbano.

El trabajo del Instituto se estructura en torno a varias líneas de actuación que combinan la **gestión directa de los servicios de atención y mediación**, la **educación y sensibilización ciudadana** y la **colaboración con el tejido asociativo y empresarial** del municipio. Dentro de ese marco general, la **Memoria de Actuaciones 2024** recoge diversas iniciativas especialmente vinculadas con las materias de economía circular y consumo responsable.

Entre las acciones más destacables se encuentra el programa de **promoción del consumo sostenible y de proximidad**, que busca favorecer una relación más equilibrada entre la ciudadanía y el tejido comercial del municipio. Esta línea incluye campañas informativas sobre **reducción del desperdicio alimentario**, el fomento de la **reutilización y reparación de productos**, y la puesta en valor del **comercio de proximidad** como motor de cohesión social y económica.





En el ámbito de la **economía circular**, el Instituto Municipal de Consumo ha impulsado diversas iniciativas para acercar los principios de “reducir, reutilizar y reciclar” a la vida cotidiana de los consumidores. Estas actuaciones se articulan tanto mediante acciones divulgativas —a través de materiales informativos, jornadas y talleres— como mediante la **incorporación de contenidos específicos en las actividades educativas** desarrolladas en colaboración con centros escolares y entidades sociales. Se abordan cuestiones como el impacto ambiental de las decisiones de compra, la gestión de los residuos domésticos, la elección de productos duraderos y reparables, y la importancia darles segunda vida.

La memoria de actuaciones también recoge la **colaboración con asociaciones de consumidores y entidades sociales**, orientada a la ejecución de proyectos en materia de consumo responsable, digitalización del comercio minorista y formación en derechos del consumidor. Estas colaboraciones se concretan, por ejemplo, en convenios de apoyo técnico, actividades formativas o campañas conjuntas dirigidas a colectivos específicos, especialmente mayores y jóvenes, en los que se trabaja la seguridad en las compras en línea, la lectura crítica de la publicidad y la prevención de prácticas comerciales abusivas.

Otro ámbito relevante de actuación ha sido la incorporación de la **educación ambiental y la sostenibilidad en los programas de divulgación y mediación**, estableciendo sinergias con otros departamentos municipales. Esta transversalidad permite que las iniciativas de consumo responsable se integren con políticas de gestión de residuos, de comercio sostenible o de fomento de la economía local, conformando una visión integral del consumo en el entorno urbano.

El Instituto Municipal de Consumo mantiene además una línea estable de **observación y análisis de tendencias de consumo**, que permite identificar los nuevos comportamientos ciudadanos y diseñar respuestas adaptadas a las transformaciones del mercado, especialmente en lo relativo a la digitalización de las transacciones y la economía de plataforma. Este trabajo técnico, junto con la difusión pública de datos y campañas de sensibilización, refuerza el papel del Ayuntamiento como entidad promotora de políticas de consumo fundamentadas en la información y la transparencia.

Finalmente, cabe señalar que las actuaciones del Ayuntamiento de Madrid se enmarcan en un modelo de **coordinación con la Red de Oficinas Municipales de Información al Consumidor (OMICs)**, que permite canalizar las demandas de la ciudadanía y derivarlas a los servicios de mediación, arbitraje o asesoramiento correspondientes. Esta estructura facilita la atención directa y la aplicación práctica de los principios de consumo responsable y sostenible en la relación cotidiana con los consumidores. **Solo en 2024, la OMIC tramitó en sus 22 oficinas, un total de 16.163 expedientes y atendió a 24.060 personas.**

Toda la información detallada sobre las actuaciones mencionadas puede consultarse en la *Memoria de Actuaciones 2024 del Instituto Municipal de Consumo*, disponible en: <https://www.madrid.es/UnidadesDescentralizadas/Consumo/Publicaciones/Memoria/Memoria%202024/Memoriadeactuaciones2024InstitutoMunicipaldeConsumo.pdf>

BUENAS PRÁCTICAS:

Ayuntamiento de Valladolid: criterios de valoración de subvenciones centrados en consumo responsable y economía circular.

El Ayuntamiento de Valladolid, a través de su convocatoria de subvenciones a asociaciones de consumidores con sede en la ciudad, ha estructurado el procedimiento de manera que los **criterios de valoración guíen de forma explícita la selección de proyectos orientados al consumo responsable, la educación en materia de derechos y obligaciones de los consumidores y la integración de principios de sostenibilidad y economía circular**. Estas bases reguladoras, vigentes para el procedimiento de 2024, reflejaron un enfoque estratégico que buscaba priorizar iniciativas con impacto educativo, social y ambiental.

Los proyectos presentados debían detallar cómo se desarrollarían los talleres o actividades a impartir, incluyendo **objetivos, contenidos, metodología, recursos y mecanismos de evaluación**. Dentro de los criterios de valoración, destacan especialmente dos aspectos que constituyen el eje central de la ponderación:

1. **Objetivos y contenidos relacionados con el consumo responsable y aprendizaje de los derechos y obligaciones de los consumidores – hasta 5 puntos:**

Se valora la capacidad del proyecto para adaptar la enseñanza a distintos perfiles educativos, garantizando que los contenidos sean comprensibles y aplicables según la edad o las necesidades específicas de cada colectivo, como infancia, adolescencia, adultos o personas con diversidad funcional. Este criterio incentiva que los talleres no se limiten a la transmisión de información, sino que promuevan la comprensión activa de los derechos y deberes de los consumidores y su aplicación práctica en situaciones reales de consumo.

2. **Incorporación de criterios de sostenibilidad, economía circular y reducción de impacto – hasta 10 puntos:**

Se otorgan puntos a proyectos que incluyan de manera clara aspectos como:

- o **Consumo responsable**, fomentando decisiones de compra conscientes y éticas.
- o **Impacto ambiental**, considerando la huella de los productos y servicios utilizados.
- o **Impacto económico y de empleabilidad**, promoviendo efectos positivos en la



economía local.

- o **Reducción de residuos** y fomento de la **reparabilidad** de los productos.
- o Principios de la **economía circular: reducir, reutilizar y reciclar** para optimizar el aprovechamiento de los recursos disponibles.

Estos criterios refuerzan la importancia de proyectos que no solo transmitan información sobre derechos y obligaciones de los consumidores, sino que también integren una **visión integral de sostenibilidad y responsabilidad social**, fomentando el consumo consciente y la economía circular en el ámbito local.

Además, las bases reguladoras requieren que los proyectos presenten sistemas claros de **coordinación, seguimiento y evaluación**, asegurando que los talleres y actividades se desarrollen de acuerdo con los objetivos y permitan medir su impacto de manera objetiva. Esto contribuye a garantizar la calidad de las iniciativas y su potencial de replicabilidad en otros municipios o contextos.

En conjunto, la convocatoria de Valladolid constituye un ejemplo de cómo la administración local puede **orientar recursos públicos hacia proyectos que integren educación en consumo, sostenibilidad y economía circular**, estableciendo un marco de incentivos y criterios de valoración que refuerzan la planificación metodológica, el impacto social y ambiental, y la replicación de buenas prácticas.

Las **bases reguladoras completas** de la convocatoria de subvenciones a asociaciones de consumidores del Ayuntamiento de Valladolid para el año 2024 puede consultarse a través del siguiente enlace.

https://www.valladolid.es/es/ayuntamiento/ayudas-subvenciones/convocatoria-subvenciones-asociaciones-consumidores--11e64e.ficheros/1019665-17_Bases_reguladoras_MODIFIC_ACUS24_DILIGENCIADO.pdf



BUENAS PRÁCTICAS:

Ayuntamiento de Córdoba: educación en consumo responsable y sostenible desde el Aula de Consumo

El Ayuntamiento de Córdoba, a través de la **Delegación de Salud y Consumo**, ha desarrollado en los últimos años una línea consolidada de trabajo orientada a la **educación en consumo responsable y sostenible**, integrando la formación ciudadana con los objetivos de desarrollo sostenible, la salud y la lucha contra el cambio climático.

El eje central de esta estrategia es el **Aula de Consumo de la Oficina Municipal de Información al Consumidor (OMIC)**, que desde hace seis años impulsa campañas y actividades educativas dirigidas a alumnado, profesorado y ciudadanía en general. El Aula ha evolucionado desde una orientación centrada en la resolución de conflictos hacia un modelo formativo que aborda las causas estructurales del consumo no responsable y promueve cambios de comportamiento vinculados a la sostenibilidad, la salud y el pensamiento crítico.

Entre las **principales actuaciones desarrolladas** destacan:

a) Campañas informativas sobre sostenibilidad y estilos de vida responsables.

Cada año se diseñan y difunden campañas temáticas que abordan cuestiones como el consumo responsable y sostenible, los estilos de vida saludables, el impacto del consumo audiovisual o el uso de videojuegos. Estas iniciativas combinan la difusión en medios generalistas con actividades directas en centros educativos, donde su impacto resulta más profundo y transformador. Ejemplos recientes incluyen las campañas "*Consumo responsable y sostenible*", "*Estilo de vida saludable y sostenible*" y "*Córdoba saludable y sostenible*", disponibles en el portal municipal de consumo (<https://consumo.cordoba.es>).

b) Talleres educativos en el Aula de Consumo.

El programa de talleres, integrado en la oferta educativa municipal, trabaja con alumnado de diferentes etapas sobre la relación entre el consumo, el cambio climático y el bienestar personal. Los talleres —como "*Estilo de vida saludable y sostenible*" o "*Consumo consciente y responsable de bienes y servicios*"— combinan metodología participativa, neuroeducación y materiales visuales (folletos, pósteres y vídeos) para fomentar el aprendizaje activo y el pensamiento crítico.

Estos talleres se alinean con los **Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS 4, 7 y 12)**, el Plan de



Acción de Educación Ambiental para la Sostenibilidad (PAEAS 2021-2025) y los principios pedagógicos de la LOMLOE, garantizando su coherencia con el currículo educativo y la educación en valores.

c) **Elaboración de materiales didácticos y guías para el profesorado.**

El Aula de Consumo ha elaborado una guía docente que analiza cómo los estilos de vida no saludables afectan a la salud, el rendimiento educativo y las capacidades cognitivas del alumnado, ofreciendo pautas para revertir estas dinámicas. Además, se han diseñado materiales impresos —como el folleto "*Estilo de vida saludable y sostenible*"— y carteles permanentes que se colocan en las aulas para reforzar los mensajes educativos de los talleres.

d) **Difusión audiovisual y canales digitales.**

La Delegación ha puesto en marcha un canal de YouTube (*Servicio Municipal de Consumo Ayto. Córdoba*) donde se difunden vídeos divulgativos sobre sostenibilidad, consumo consciente y hábitos de vida saludables. Este formato se emplea también como recurso educativo en los talleres escolares.

e) **Participación institucional y cooperación técnica.**

El Ayuntamiento de Córdoba integra la perspectiva de consumo responsable en las políticas locales de sostenibilidad, participando en la **Comisión Técnica sobre el Cambio Climático en Córdoba** y en el **Pacto de Política Alimentaria Urbana de Milán**, reforzando así la coherencia de las políticas municipales y la transversalidad de las acciones.

El conjunto de estas actuaciones demuestra una **visión integral de la política local de consumo**, donde la educación y la concienciación se articulan como herramientas clave para transformar los hábitos cotidianos y promover una ciudadanía crítica, saludable y sostenible. La iniciativa de Córdoba constituye un ejemplo replicable de cómo los servicios municipales de consumo pueden convertirse en agentes activos de cambio hacia una economía y una sociedad más responsables.

Toda la información sobre las campañas, materiales y recursos del Aula de Consumo está disponible en el portal municipal: <https://consumo.cordoba.es>.

4. Atención al consumidor en municipios rurales

La prestación de servicios de consumo en municipios pequeños y rurales, donde no siempre existe una Oficina Municipal de Información al Consumidor (OMIC) ni personal especializado, constituye un desafío recurrente identificado por la Comisión de Consumo de la FEMP. La necesidad de garantizar que la ciudadanía de estas localidades tenga acceso a información, asesoramiento y tramitación de reclamaciones llevó a la Comisión a solicitar al Grupo de Técnicos Online de Consumo experiencias y buenas prácticas que permitieran identificar modelos de atención adecuados a estos contextos.

Se ha puesto de manifiesto la brecha existente en el acceso a los servicios de consumo entre municipios con y sin recursos suficientes. En el marco de la comisión de Consumo, municipios como Villar de Domingo García reclaman una mayor atención a este asunto al contar gran cantidad de municipios del país con recursos limitados en materia de consumo, sin oficinas municipales ni personal especializado, lo que plantea la necesidad de explorar modelos de apoyo desde las diputaciones que faciliten la prestación de información básica a la ciudadanía. Otros territorios muestran experiencias consolidadas en Cataluña y Extremadura, donde los servicios provinciales o mancomunados permiten acercar la atención a municipios más pequeños.

Diputación de Barcelona – Xarxa Local de Consum

La Diputación de Barcelona presta servicios de consumo a municipios pequeños a través de la *Xarxa Local de Consum*, mediante la Oficina Provincial de Información al Consumidor (OPIC). Entre sus actuaciones destaca la utilización de unidades móviles que visitan trimestralmente los municipios, ajustando la frecuencia y los recursos a las características de cada localidad y a la demanda de la ciudadanía. Estas unidades permiten ofrecer atención presencial y personalizada sobre derechos y obligaciones de consumo, dirigida principalmente a municipios de hasta 20.000 habitantes adheridos a la red que no disponen de servicio municipal propio.

Además, la OPIC centraliza la gestión y tramitación de consultas y reclamaciones presentadas por la ciudadanía, ya sea de manera presencial o a través de otros medios en los ayuntamientos adheridos. La priorización de los servicios se realiza teniendo en cuenta la viabilidad y adecuación técnica, económica y temporal de cada solicitud, así como su ajuste a las características del municipio y a la demanda de los ciudadanos. A partir de 2026, la Diputación prevé ampliar estas prestaciones incorporando atención mediante videollamada, lo que permitirá realizar tanto consultas e información como la tramitación de reclamaciones y mediaciones de manera remota, facilitando el acceso a los servicios incluso en municipios con dificultades de desplazamiento o cobertura presencial limitada.



Ayuntamiento de Elche

Entre 2018 y 2020, el Ayuntamiento de Elche desarrolló un servicio itinerante mensual en pedanías con mayor población, alejadas hasta 20 km del núcleo urbano. En estas visitas, el personal municipal se desplazaba con un portátil y conexión remota, lo que permitía acceder a toda la documentación y gestionar reclamaciones de manera completa, prácticamente como si estuvieran en la sede central.

La iniciativa facilitó que las pedanías pudieran recibir atención directa sin necesidad de desplazarse al núcleo urbano principal.

Esta experiencia se interrumpió con la pandemia y la implantación de la sede electrónica, pero permitió que las oficinas locales adquirieran competencias para registrar y tramitar reclamaciones con soporte externo, consolidando un modelo de atención más cercano y adaptado a la dispersión geográfica.

Diputación de León

En la provincia de León, la Diputación centraliza la formación, el asesoramiento y la tramitación de reclamaciones en municipios sin OMIC, complementando los servicios existentes en localidades con oficinas propias, como Ponferrada, San Andrés del Rabanedo y Astorga.

Este modelo asegura que los ciudadanos de municipios más pequeños puedan acceder a la información, orientación y servicios de consumo de manera equivalente a quienes residen en localidades con oficinas municipales.

La Diputación mantiene además recursos de consulta y formación continuada para los técnicos locales, favoreciendo la coordinación y estandarización de los procedimientos en toda la provincia.



CONCLUSIONES:

A partir de estos casos se pueden identificar **modelos comunes y elementos replicables** que la Comisión de Consumo considera prioritarios para el desarrollo de futuras actuaciones:

- Unidades móviles o itinerantes acercan la atención presencial a la ciudadanía.
- Atención remota (teléfono, correo electrónico, videollamada) amplía la cobertura incluso en áreas sin presencia física.
- Colaboración con oficinas locales o mancomunadas permite registrar y tramitar reclamaciones con soporte técnico.

Desde la Comisión de Consumo se impulsará el desarrollo de estas acciones concretas y se trasladará la cuestión a la Comisión de Diputaciones de la FEMP, con el objetivo de favorecer su extensión y coordinación a nivel provincial y autonómico, asegurando que todos los ciudadanos puedan acceder a información, orientación y tramitación de reclamaciones en materia de consumo.