



AYUNTAMIENTO DE LOGROÑO

OFICINA MUNICIPAL DE INFORMACION AL

Consumidor

MEMORIA

2012

INDICE

<u>INDICE</u>	1
<u>PRESENTACIÓN: 25 AÑOS DE LA OMIC</u>	2-3
<u>ACTUACIONES:</u>	4
1. ANÁLISIS ESTACIONAL.....	5
2. EVOLUCIÓN HISTÓRICA.....	6
3. REPARTO PROPORCIONAL DE ACTUACIONES.....	7
4. EXPEDIENTES TRAMITADOS.....	8
5. ESTUDIO COMPARATIVO RESPECTO AÑO ANTERIOR.....	9
6. ANÁLISIS POR TEMAS.....	10-14
7. ANÁLISIS POR EL MEDIO UTILIZADO.....	15
8. DISTRIBUCIÓN DE LOS CONSUMIDORES ENTRE LOS SECTORES DE LOGROÑO.....	16
9. REPARTO DE LAS CONSULTAS SEGÚN EL SEXO DEL CONSUMIDOR.....	17
10. CAUSAS DE LAS CONSULTAS.....	18
11. EL CONSUMIDOR LOGROÑÉS.....	19
<u>CRONOGRAMA</u>	20
PROGRAMA DE ACTIVIDADES ESCOLARES.....	21
SABER COMPRAR, SABER RECLAMAR.....	22-23
NUEVAS TECNOLOGÍAS: REDES SOCIALES EN INTERNET.....	24-25
<u>SUBVENCIONES A ASOCIACIONES DE CONSUMIDORES</u>	26
<u>EVOLUCIÓN: ACTUACIONES-RECLAMACIONES</u>	27
<u>CONCLUSIONES</u>	28

PRESENTACIÓN: 25 AÑOS DE LA OMIC

El 2 de diciembre de 1.986 se puso en funcionamiento la OMIC del Ayuntamiento de Logroño, inauguración que tuvo lugar en el antiguo edificio de la Gota de Leche y en presencia del Alcalde, D. Manuel Sainz.

Los objetivos que se pretendían en ese momento:

- Atender ese inevitable aspecto de las personas que viven en comunidad el consumo, en palabras del propio alcalde, que planteaba su actuación en dos partes:
 - Atender las denuncias que se formulen a los lesionados derechos del consumidor en cualquier actividad comercial.
 - Realizar campañas de divulgación e información sobre bienes y servicios que componen el vasto mundo del consumo, porque en realidad, todo intercambio es consumo y todos somos consumidores.

Son en el momento actual una realidad; a pesar de la evolución del conocimiento del consumidor sobre sus derechos, inicialmente hace 25 años, podíamos decir que el desconocimiento era total, encontrándose en la actualidad con un panorama totalmente distinto, debido en parte a la gran labor de educación dirigida a los escolares, que ha impartido la OMIC durante estos 25 años y que ha ayudado a formar a escolares, actualmente adultos.

Los temas planteados por el consumidor en sus quejas y reclamaciones, también han cambiado notablemente.

- Inicialmente, la ALIMENTACIÓN fué el objetivo de la creación de las OMICs, que se encontraban apoyadas por los laboratorios municipales (en el momento de entrar en vigor la ley 26/84 General para la Defensa de Consumidores y Usuarios)
- La sociedad evolucionó y la reglamentación se desarrolló de manera paralela, cambiando los sectores reclamados al SECTOR SERVICIOS (talleres, S.A.T, tintorerías, restauración, etc...)
- La VIVIENDA fue el eje principal de las reclamaciones durante todo el período de la llamada “burbuja inmobiliaria”, siendo paralelas las reclamaciones sobre este tema a las necesidades de los consumidores.
- La liberalización del mercado de la TELEFONÍA y, posteriormente, del SECTOR ELÉCTRICO Y DEL GAS, llevan a una nueva evolución de las reclamaciones en este sentido, que actualmente es el grupo más reclamado por los consumidores.
- La evolución de la TECNOLOGÍA DE LAS COMUNICACIONES con grandes avances en internet y redes sociales, están desarrollando una nueva tipología de reclamaciones, ya que cada vez son más los consumidores que acuden al COMERCIO ELECTRÓNICO, generando una serie de reclamaciones en este sentido que antes no se planteaban.
- No existe un final en los temas plantados por el consumidor, sino un “continuamos” de los organismos de defensa del consumidor.

Se ha notado la gran incidencia en el consumo de la crisis actual, tanto por la disminución del consumo como en las reclamaciones del consumidor, conocedor de sus derechos, que vigila sus gastos, repasa sus facturas...

Y toda esta evolución, ha sido realizada por el desarrollo del segundo objetivo planteado en su origen :

- **LA EDUCACIÓN INFANTIL EN MATERIA DE CONSUMO:** A lo largo de estos 25 años, se ha venido realizando un “programa de educación”, dirigido a los escolares a través de sus centros escolares. La gran acogida de los propios centros a estas actividades, ha hecho pasar por nuestros “talleres de consumo” a una media de 4000 alumnos por año, que a través de actividades lúdicas han aprendido conceptos básicos para un consumidor: alimentación, etiquetado, publicidad, comprar y reclamar por los problemas surgidos en esta compra; los problemas sobre protección de datos que pueden surgir por un uso inadecuado de las redes sociales y protección como consumidor de productos en la eliminación de residuos.
- **CONTROL DE MERCADO:** Esta tarea se complementa con una defensa de los derechos del consumidor mediante la detección de infracciones en el mercado y su correspondiente sanción.

25 años sólo son el comienzo de una larga tarea que no ha hecho más que empezar y que continúa día a día, ampliando su contacto con los consumidores a través del apartado destinado a la OMIC en la web municipal, que pretende poner en contacto todavía más ágil con los consumidores y usuarios.

A continuación se presenta la memoria del año 2.012 que consta de las siguientes partes:

- Con una primera parte dedicada al análisis de las actuaciones (consultas, reclamaciones, denuncias), llevadas a cabo por los consumidores en el año 2012
- La segunda parte la constituye el cronograma de las actividades del año 2012
- Dedicamos la tercera parte al capítulo de las Asociaciones.
- Este año incluimos una cuarta parte en la que se incluyen los datos históricos de las consultas y reclamaciones encontrados en nuestros archivos.
- En la última se extraen las conclusiones de la memoria

ACTUACIONES

La demanda de **INFORMACIÓN** y la **MEDIACIÓN** es parte de la tarea diaria de la OMIC.

Pasamos a realizar un análisis exhaustivo de las actuaciones , entendiendo como tales las consultas, denuncias y reclamaciones recibidas a lo largo del año 2012 en la OMIC.

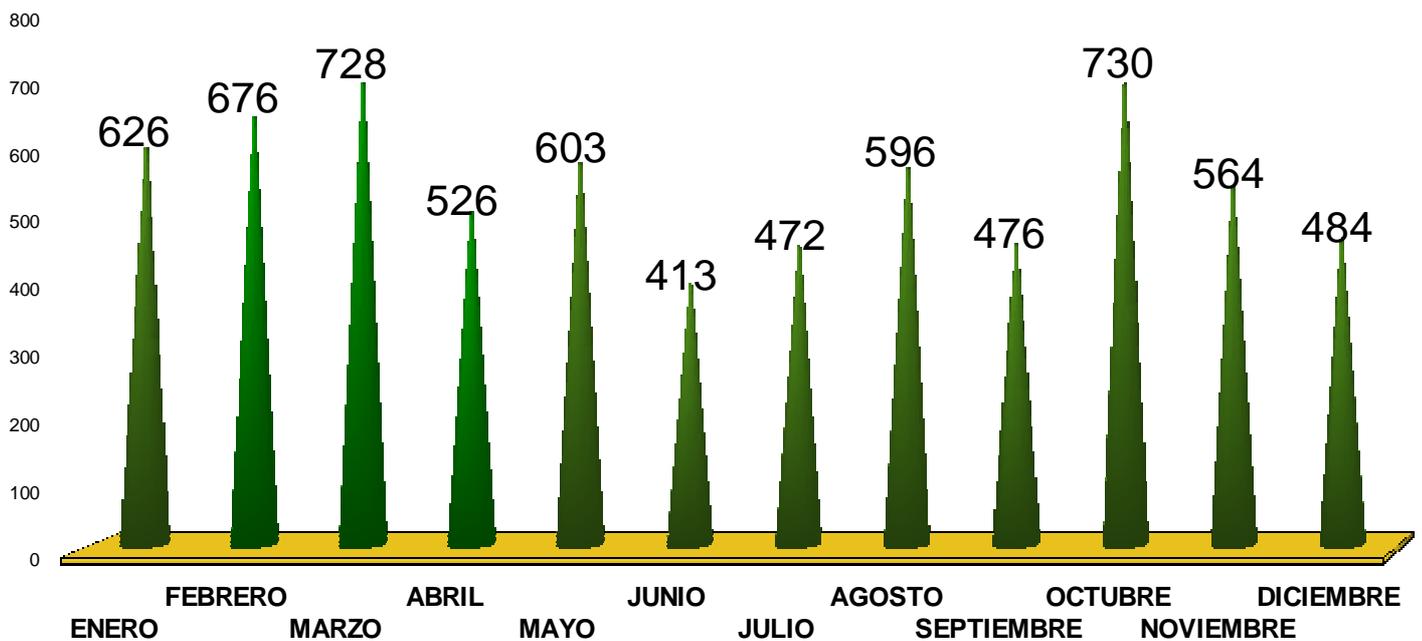
El análisis tendrá diferentes vertientes:

- Por un lado, se analiza la frecuencia de las mismas, mediante un análisis estacional, donde se extraerán conclusiones sobre los períodos más consumistas del año, haciendo asimismo, una referencia a la evolución histórica del total de actuaciones durante la última década.
- Distribución porcentual de consultas, reclamaciones y denuncias.
- Posteriormente se analiza el número de expedientes tramitados desde esta oficina, con un estudio histórico sobre su evolución en los últimos años.
- En cuanto al análisis de las consultas se realiza un estudio agrupándolas por grupos temáticos y las características más determinantes en cada grupo y por el medio utilizado por el consumidor para hacerlas llegar a la OMIC.
- Finalmente, se realiza un estudio sobre los distintos sectores en que se divide la ciudad.
- Se hace un estudio de las consultas en relación con una pirámide de edades, para conocer qué grupo de consumidores según su sexo y edad (jóvenes, adultos o 3ª edad), acuden más a la OMIC.

Y finalmente se extraen unas conclusiones sobre cuáles son las características que definen el consumidor logroñés tipo.

1.- ANÁLISIS ESTACIONAL

El conjunto de las actuaciones efectuadas a lo largo del año 2012 en la Oficina Municipal de Información al Consumidor de Logroño ha sido de 6,894, con la siguiente distribución.

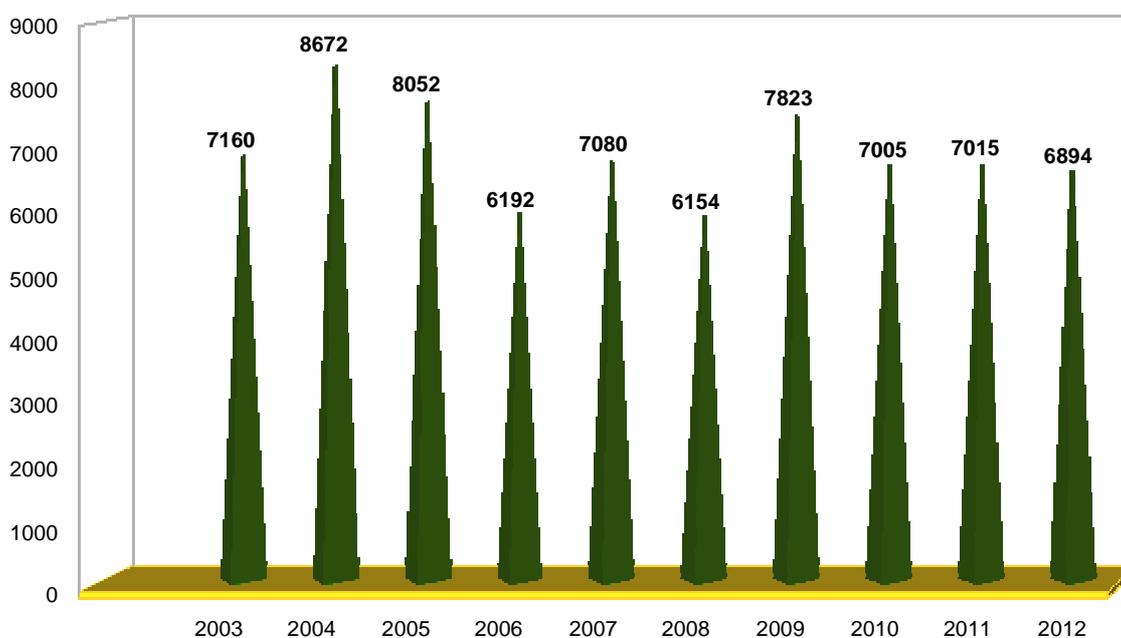


DISTRIBUCIÓN DE ACTUACIONES AÑO 2012

Estos datos recogen globalmente, tanto las consultas como las reclamaciones y denuncias atendidas en la OMIC.

2.- EVOLUCIÓN HISTÓRICA

A continuación incluimos el estudio histórico de las actuaciones anuales (informaciones + reclamaciones + denuncias) que se han efectuado en la OMIC en la última década.



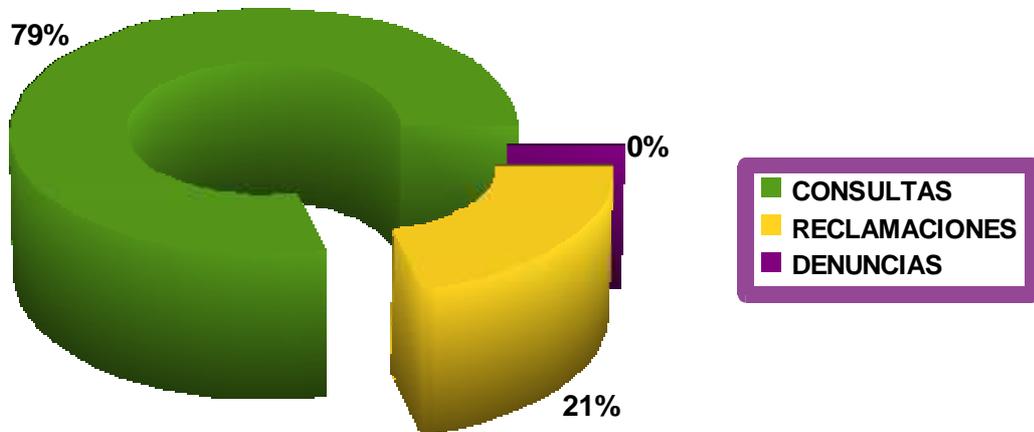
EVOLUCIÓN HISTÓRICA DE LAS CONSULTAS DE LA OMIC EN LOS ÚLTIMOS 10 AÑOS

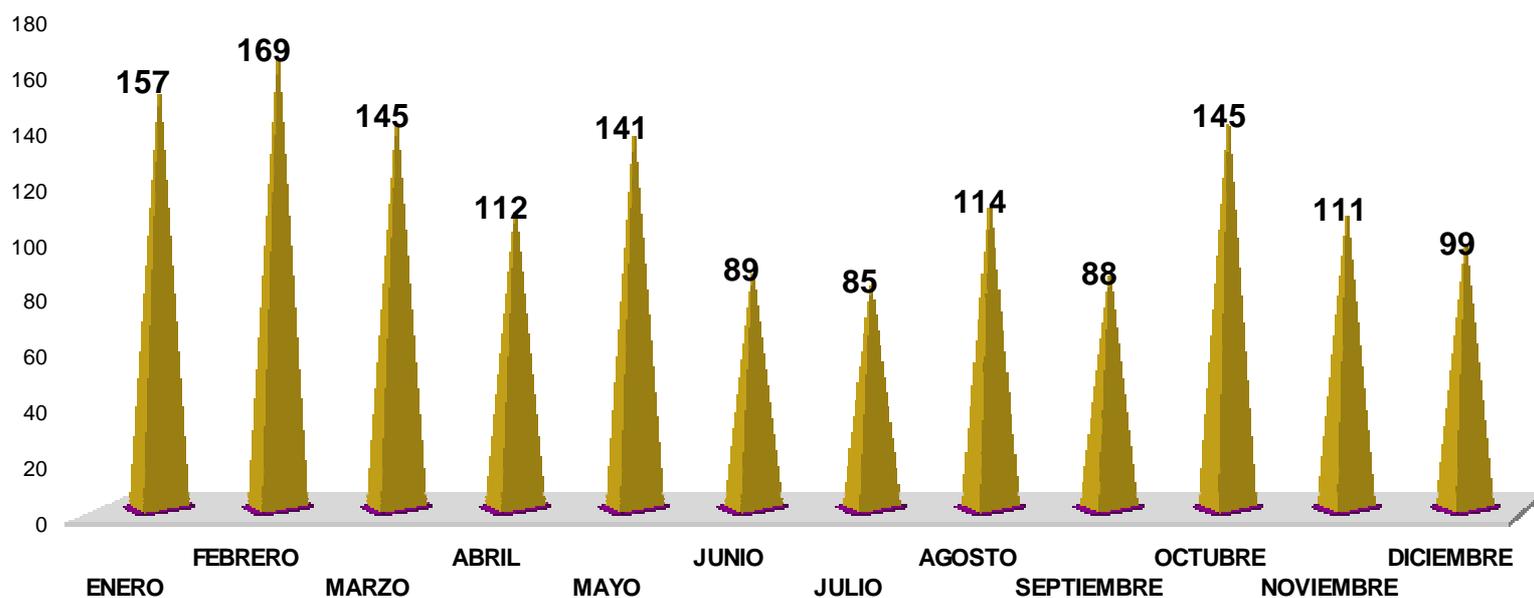
3.- REPARTO PROPORCIONAL DE ACTUACIONES

Tradicionalmente el consumidor de Logroño, prefiere informarse antes que la reclamación o la subsiguiente denuncia, por lo que la distribución de actuaciones son las siguientes:

- Reclamaciones: 1.433..... (20,79%)
- Denuncias: 22 (0,32%)
- Consultas: 5.439..... (78,89%)
-

El siguiente gráfico, muestra dichos datos.



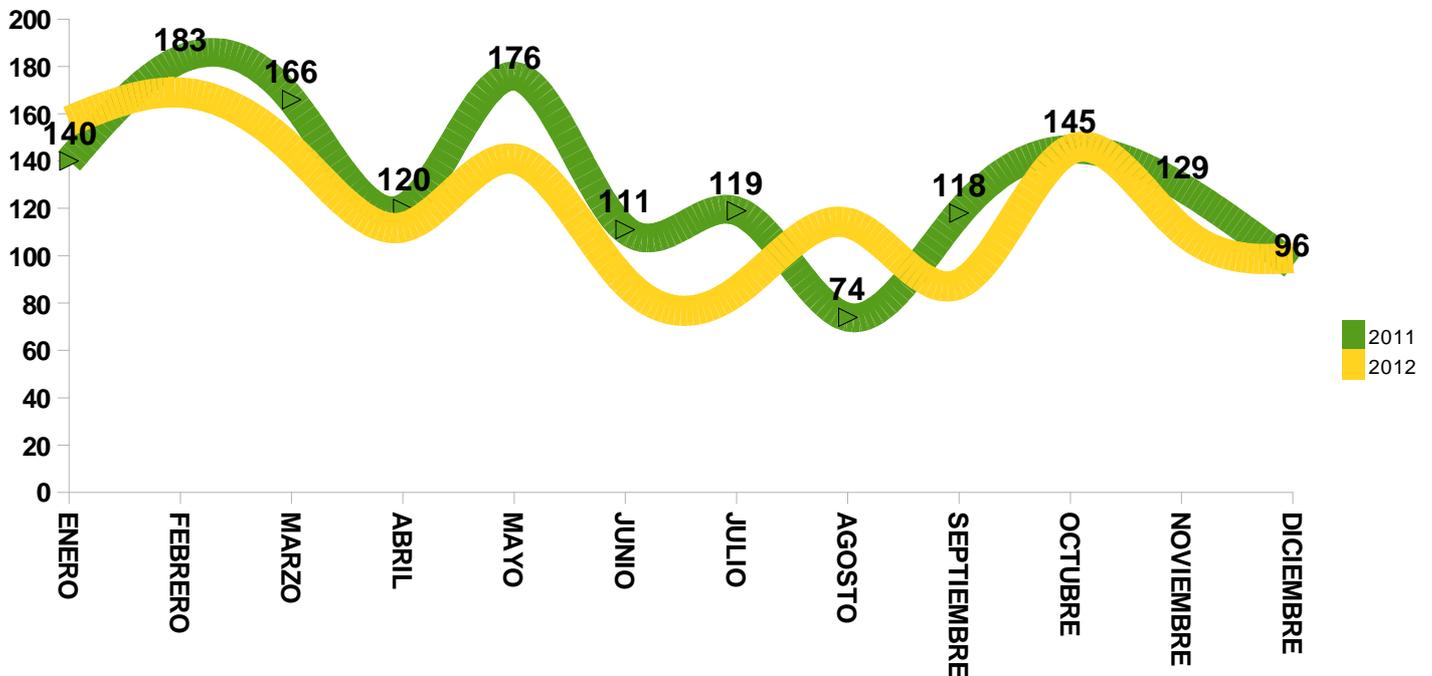


DISTRIBUCIÓN MENSUAL DE “EXPEDIENTES” DURANTE EL AÑO 2012

La distribución mensual de los expedientes, sigue la misma tónica que en años anteriores.

ESTUDIO COMPARATIVO DE LAS RECLAMACIONES ENTRE LOS AÑOS 2011/2012

MES	AÑO 2011	AÑO 2012
● ENERO.....	140.....	157
● FEBRERO.....	183.....	169
● MARZO.....	166.....	145
● ABRIL.....	120.....	112
● MAYO.....	176.....	141
● JUNIO.....	111.....	89
● JULIO.....	119.....	85
● AGOSTO.....	74.....	114
● SEPTIEMBRE.....	118.....	88
● OCTUBRE.....	145.....	145
● NOVIEMBRE.....	129.....	111
● DICIEMBRE.....	96.....	99
TOTAL.....	1.577.....	1.455



COMPARACIÓN DE EXPEDIENTES RECIBIDOS EN 2011 Y 2012

5.- ANÁLISIS POR TEMAS

Definir consumo como un concepto que abarque un número concreto de productos y servicios, es una tarea ardua y difícil, por lo que tratando de sistematizar, se han englobado las consultas planteadas a lo largo de este año 2.012, en dos bloques temáticos:

1. BIENES
2. SERVICIOS

BIENES:

- Alimentación y bebidas
- Animales domésticos
- Electrodomésticos: línea blanca, línea marrón.
- Electrónica e informática: ordenador, movil, etc
- Enseres del hogar : mobiliario, decoración, etc..
- Juguetes
- Material de limpieza y aseo
- Productos sanitarios y farmacéuticos.
- Textil, piel y calzado
- Vehículos : nuevos, usados.
- Vivienda en propiedad.

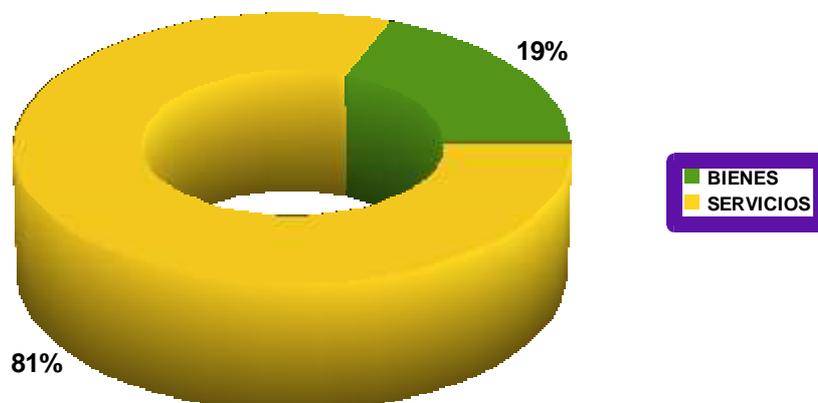
SERVICIOS:

- Administración.
- Agencia de viajes
- Agua
- Asesoría y gestoría
- Bancos y Entidades financieras.
- Comercio electrónico
- Correos, telégrafos y mensajería
- Electricidad
- Enseñanza
- Espectáculos públicos, cines, salas de fiestas, conciertos, etc.
- Gas natural
- Gases licuados
- Gasolineras, estaciones de servicio
- Hostelería y restauración.
- Intermediación de servicios inmobiliarios
- Internet
- Peluquería y cosmética
- Reparación y mantenimiento del hogar.
- Servicio asistencia técnica de electrodomésticos.
- Sanidad: privada y pública.
- Seguros: automovil, hogar, etc.
- Talleres de automóvil

- Telefonía: Fija y móvil
- Tiempo compartido.
- Tintorerías
- Transporte de mercancías.
- Transporte público : terrestre y aéreo.
- Tratamiento de datos personales.
- Ventas a distancia: catálogo, teléfono, televisiva, etc.
- Otros servicios

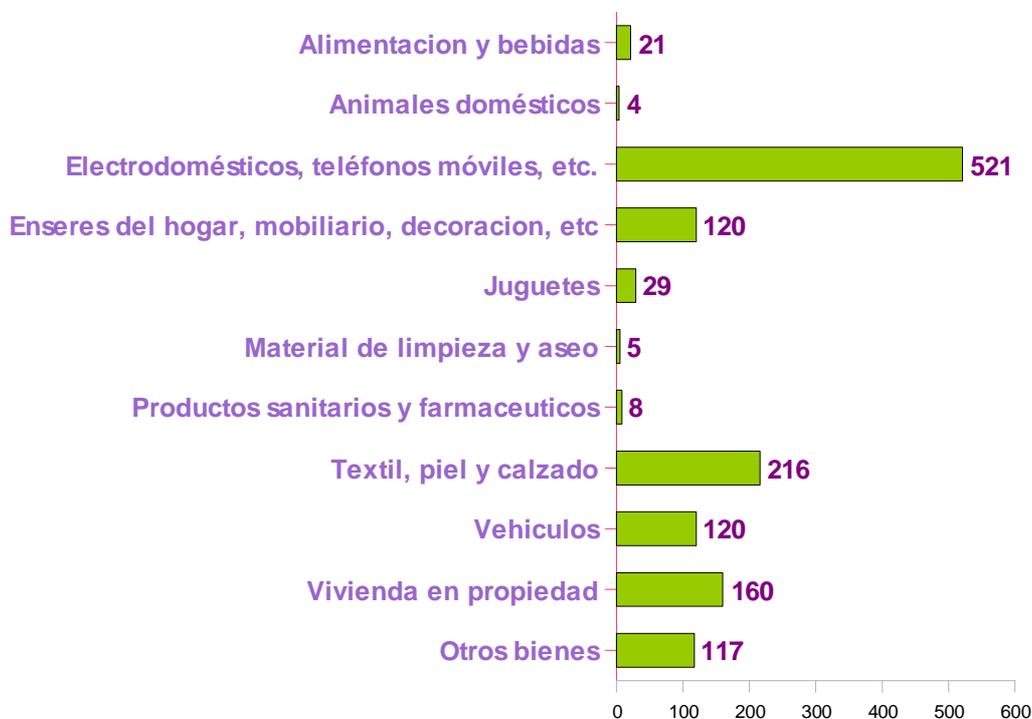
¿Cuáles han sido los temas más demandados dentro de estos bloques, por el consumidor de Logroño ?

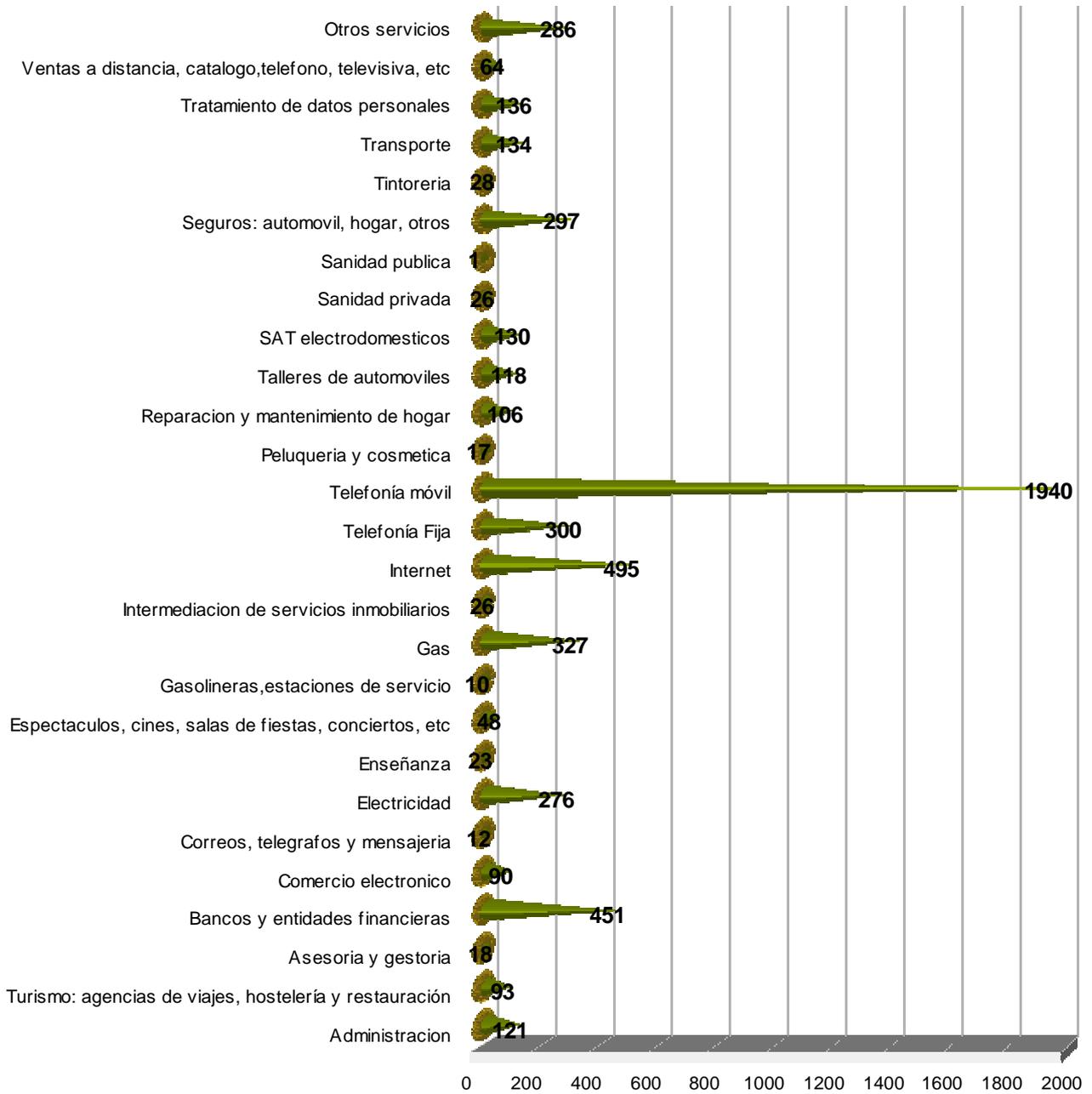
El análisis de datos estadísticos recogidos en nuestra oficina, nos da el siguiente resultado, manteniendo el porcentaje de servicios sobre bienes, con respecto al año 2011.



ESTUDIO TEMÁTICO:

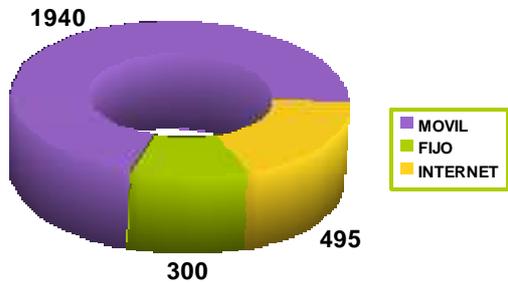
- **SECTOR BIENES:** Realizando en la OMIC de Logroño el estudio de estos bloques temáticos nos encontramos con que dentro del sector BIENES, los apartados relativos a electrodomésticos, teléfonos móviles, etc. son los temas más demandados, coincidiendo con el Estudio de la Comisión Europea.

**DISTRIBUCIÓN DE LAS ACTUACIONES REALIZADAS EN EL SECTOR DE BIENES**

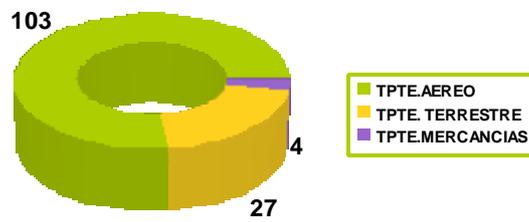


DISTRIBUCIÓN DE LAS ACTUACIONES REALIZADAS EN EL SECTOR SERVICIOS

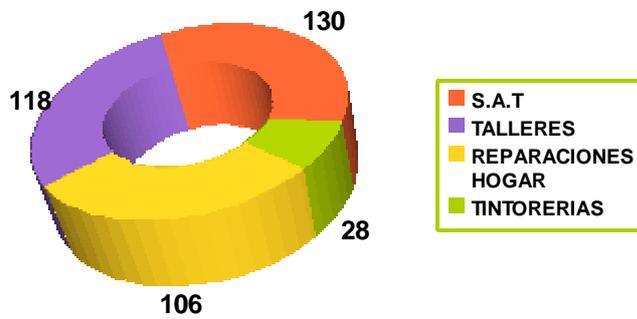
DISTRIBUCIÓN TELECOMUNICACIONES



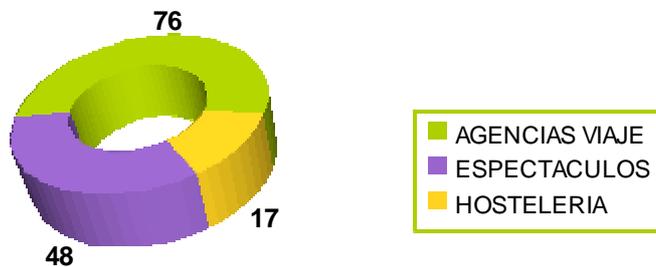
DISTRIBUCIÓN DE TRANSPORTE



DISTRIBUCIÓN DE SERVICIOS



DISTRIBUCIÓN DE OCIO



6.- ANÁLISIS POR EL MEDIO UTILIZADO

Una vez analizados los datos consumistas, vamos a ver quién es el consumidor de Logroño, cómo utiliza nuestras oficinas y cuál es su distribución en nuestra ciudad.

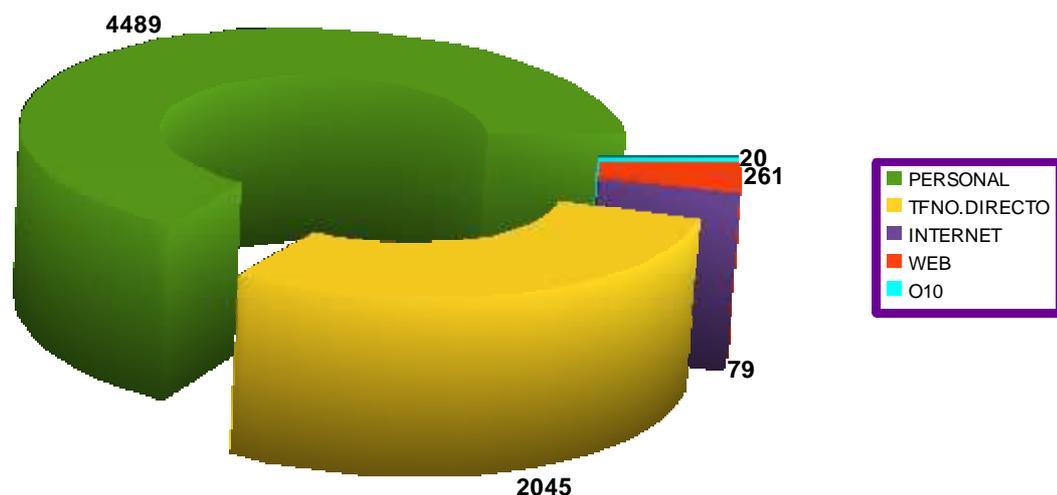
Para realizar el siguiente estudio, se ha realizado una toma de datos de las personas que demandan los servicios de la OMIC.

Analizados estos datos, nos encontramos que debido a la propia idiosincrasia de la ciudad de Logroño, el consumidor de la ciudad prefiere hacer sus consultas visitando la propia oficina, como puede observarse en el gráfico siguiente, referente al medio utilizado para realizar las consultas en la OMIC:

Alrededor de un 65,11 % (4.489) de los consumidores se dirige personalmente a la OMIC para hacer sus consultas y reclamaciones.

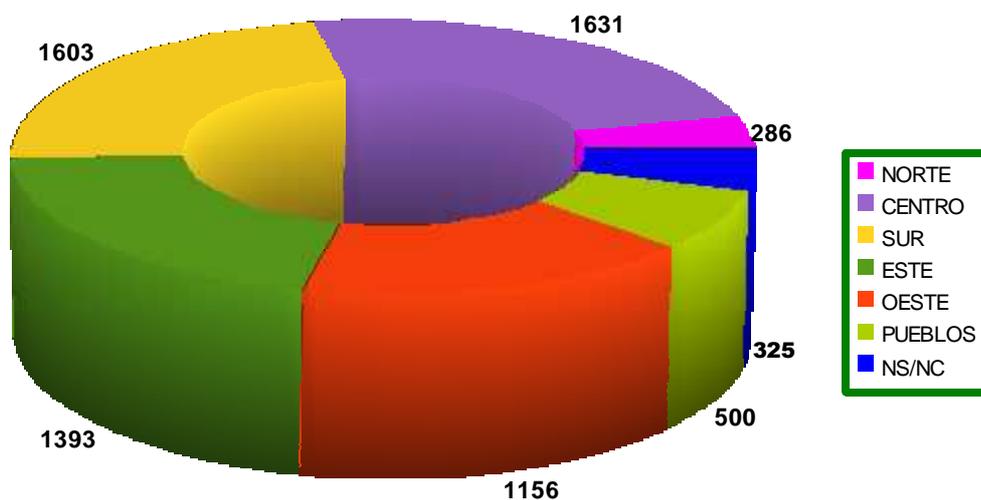
El 29,66% (2.045) utiliza el teléfono para consultar.

También podemos señalar que cada vez se utiliza más el correo electrónico para efectuar las consultas, siendo un 4,93 % (340) del total de las consultas (Web municipal 261 y correo electrónico 79), manteniendo niveles similares a los del año anterior.



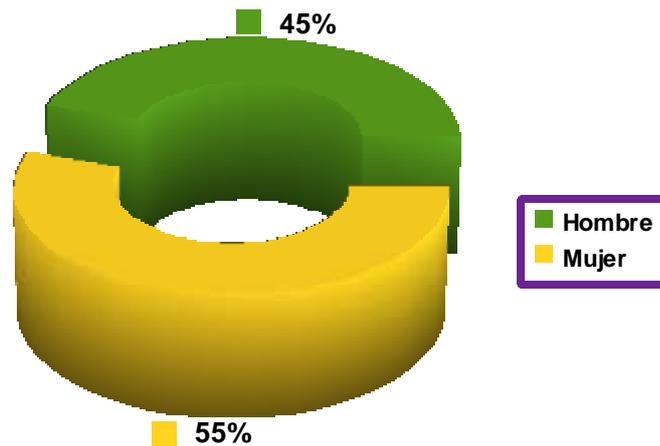
7.- ACTUACIONES ENTRE SECTORES DE LA CIUDAD DE LOGROÑO

Se mantienen los mismos datos porcentuales que durante el año 2.011

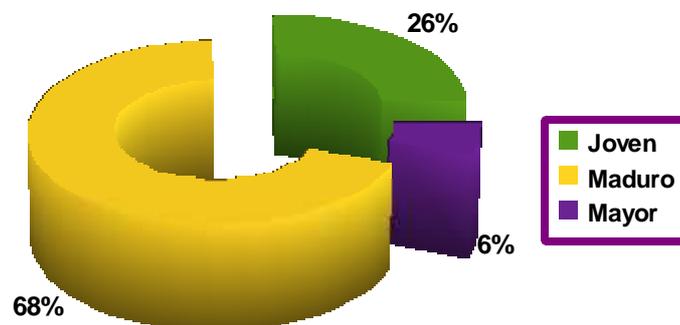


8.- REPARTO DE LAS CONSULTAS SEGÚN EL SEXO DEL CONSUMIDOR

En cuanto al consumidor en sí, el **55,09 %** son mujeres, frente al **44,91%** de hombres, continuando en línea ascendente la participación masculina.



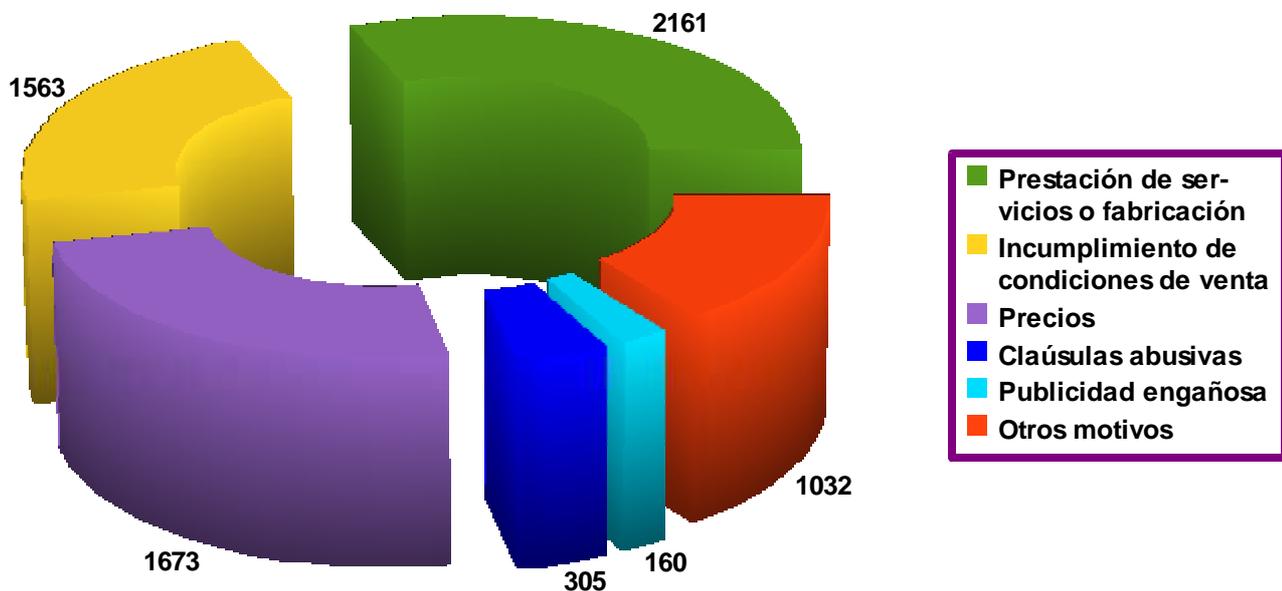
En cuanto a su distribución por tramos de edad, el orden de importancia entre los tres tramos de edad distinguidos, sigue siendo el mismo en cuanto a % sobre el total, si bien se ha incrementado el nº de participación en los dos últimos respecto al año anterior : jóvenes de 18 a 30 años, 1,765; maduros de 30 a 65 años, 4.709 y personas mayores de 65 años, 420.



9.- CAUSAS DE LAS CONSULTAS

Porcentualmente, como puede apreciarse en el gráfico de causas o motivos de consulta o reclamación, es la prestación de servicios o defectos de fabricación, el motivo más común que hace que el ciudadano acuda a la OMIC, seguido de los problemas relacionados con los precios y ofertas comerciales relacionados con los mismos, resultando:

- Prestación de servicios o de fabricación: 2.161
- Incumplimiento de condiciones de venta: 1.563
- Precios.....1.673
- Cláusulas abusivas.....305
- Publicidad engañosa..... 160
- Otros motivos..... . 1.032
-



10.- EL CONSUMIDOR LOGROÑES

El retrato del consumidor que venimos realizando tras el análisis estadístico año tras año, se va modificando paulatinamente.

La temática se ha modificado con los años, siendo los sectores de telecomunicaciones y bancos, los más demandados en esta ocasión, aumentando considerablemente los servicios de electricidad y gas.

A considerable distancia se encuentran las reclamaciones de bancos y servicios financieros.

Continúa con las mismas pautas que años anteriores, predominando el consumidor entre 30-65 años que, cada vez más, elige los medios de telecomunicación para realizar sus consultas, aunque continúa prefiriendo la consulta personalizada.

CRONOGRAMA

PROGRAMA DE ACTIVIDADES

Curso 2012/2013

SABER COMPRAR – SABER RECLAMAR



DESTINATARIOS :Escolares de **6° de Primaria**

LUGAR DE CELEBRACION: Centros Escolares

FECHAS: **5 al 19 de Noviembre de 2012, ambos incluidos**

PROGRAMA: Conocer aspectos generales de los derechos del comprador-consumidor, como precios, ticket, facturas, etiquetado, devoluciones y consejos al comprar



NUEVAS TECNOLOGIAS: REDES SOCIALES/TELEFONIA MOVIL



DESTINATARIOS: Escolares de **1° DE ESO**

LUGAR DE CELEBRACION: Centros Escolares

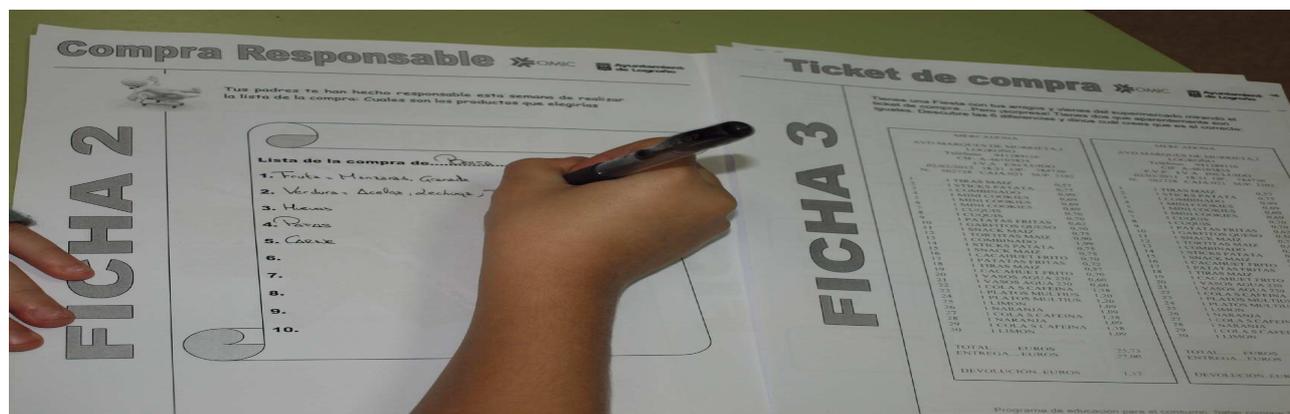
FECHAS: **19 al 30 de Noviembre de 2012, ambos incluidos.**

PROGRAMA: Prevención al escolar del uso de las redes sociales, los foros de internet y problemas derivados del uso del móvil, como sms premium y los concursos de televisión.



Del 5 al 9 de Noviembre de 2012

“SABER COMPRAR, SABER RECLAMAR”



DESTINATARIOS:

Escolares de **6º de Primaria**

ASISTENTES:

1015 alumnos pertenecientes a **22 centros** que se relacionan más adelante.

EQUIPO RESPONSABLE:

CALLE ACTIVA S.L

COORDINADORA:

Mª Beni De La Asunción

LUGAR:

Los talleres se celebraron en los Centros Escolares de Logroño.

DURACIÓN:

Una hora y media dentro del horario escolar

PROGRAMA:

Sensibilizar a los alumnos sobre la comprar responsable, desarrollando actitudes críticas hacia el consumo irresponsable, formando a los alumnos en la correcta reclamación en caso de fraude, dotando de conocimientos necesarios sobre los derechos del consumidor, facilitando acceso a la información referente al etiquetado, tickets, precios y calidad de los productos.

MATERIAL DE APOYO:

Se entregó:

- Ficha o cuadernillo de trabajo
- Díptico para los padres
- Cuestionario de los niños

Material utilizado en el taller:

- 5 bolsas de alimentos diversos: Caducados, ofertas
- Caja registradora para elaborar tickets de compra.
- Monedas ficticias: euros

COLEGIOS PARTICIPANTES

“SABER COMPRAR, SABER RECLAMAR”

1. Alcaste
2. Boscos
3. Bretón de los Herreros
4. Caballero de La Rosa
5. Divino Maestro
6. Doctores Castroviejo
7. Escultor Vicente Ochoa
8. Gaunas
9. Gonzalo de Berceo
10. General Espartero
11. Madre Dios
12. Maristas
13. Milenario de la Lengua
14. Nuestra Señora del Buen Consejo
15. Obispo Blanco Najera
16. Paula Montalt.
17. Rey Pastor
18. Sagrado Corazón de Jesús
19. San Francisco
20. San Pio X
21. Siete Infantiles de Lara
22. Varia

PARTICIPAN: 22 CENTROS
1015 Alumnos

Del 19 al 30 de Noviembre 2012

“NUEVAS TECNOLOGÍAS: REDES SOCIALES EN INTERNET/SMS PREMIUM/TELEFONÍA MOVIL”



- DESTINATARIOS:** Escolares de 1º DE ESO
- ASISTENTES:** 1.297 alumnos de 16 Centros que se detallan más adelante.
- EQUIPO RESPONSABLE:** BIOMA CONSULTORES AMBIENTALES S.L
- COORDINADOR:** María Zapater
- LUGAR:** Centros Escolares
- DURACIÓN:** 1 sesión de 1 hora y media
- PROGRAMA:** Conocer los principales riesgos derivados del uso de las Nuevas Tecnologías e internet a nivel general y de las redes sociales en particular.
Dar a conocer las principales redes sociales y potenciar el conocimiento de la “Ne etiqueta”, comportamiento en foros o grupos en los que se participe y su relación con posibles usos ilegales (privacidad, falta de intimidad, pérdida de tiempo, adicción, virus...). En el móvil se señalaron los problemas de los sms premium (altas, bajas...)

COLEGIOS PARTICIPANTES

“NUEVAS TECNOLOGÍAS: REDES SOCIALES EN INTERNET Y SMS PREMIUM/ TELEFONIA MOVIL”

1. Alcaste
2. Adoratrices
3. Agustinas
4. Batalla Clavijo
5. Boscos
6. Compañía de María
7. Cosme García
8. D'Í Huyar
9. Duques de Nájera
10. Escolapias
11. Escuelas Pías
12. Marianistas
13. Maristas
14. Paula Montalt
15. Sagasta
16. Tomás Mingot

**PARTICIPAN: 16 CENTROS
1.297 ALUMNOS**

SUBVENCIONES A ASOCIACIONES DE
CONSUMIDORES AÑO 2012

De conformidad con lo establecido en el artículo 41.4 de la Ley 26/84, Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios, en el que se establece que : “corresponde a las Autoridades y Corporaciones Locales, promover y desarrollar la protección y defensa de los consumidores y usuarios, mediante el fomento a las Asociaciones de Consumidores...”, se publicaron las bases para la concesión de subvenciones para las asociaciones de consumidores de Logroño.

El Ayuntamiento de Logroño, concedió a través de la OMIC, las subvenciones siguientes:

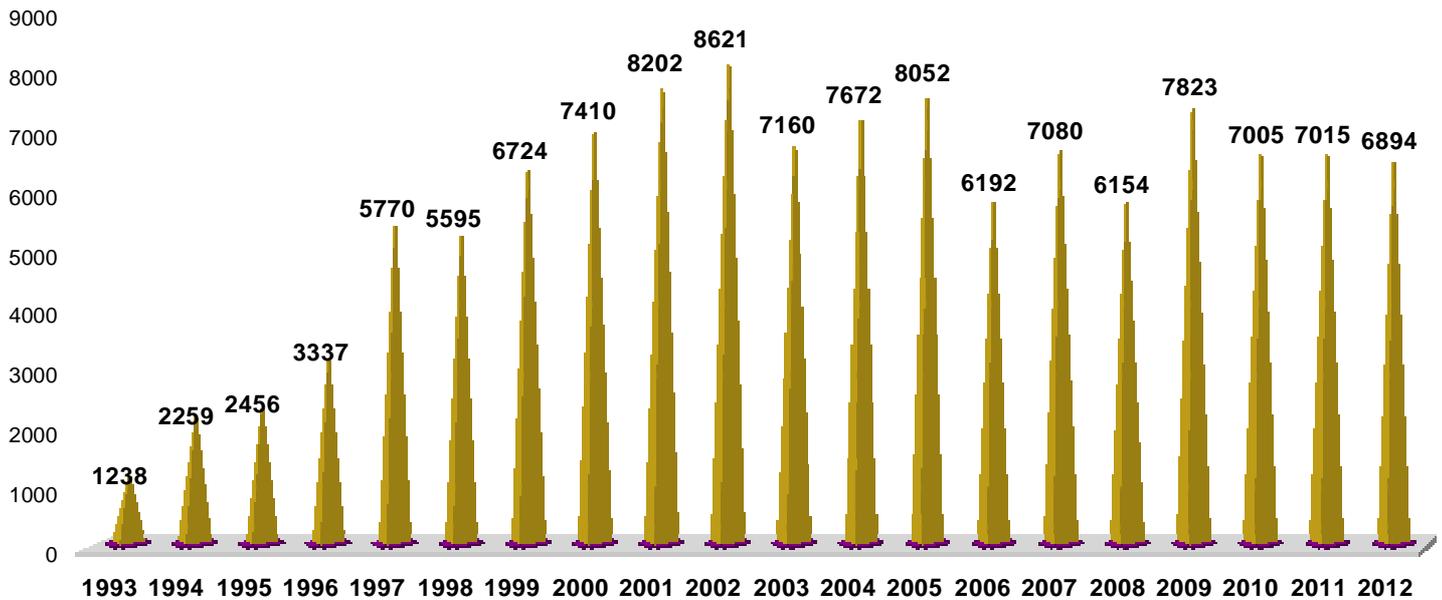
- ACIR.....1000 €
- ARCCO.....1000 €
- INFORMACU RIOJA.....2000 €
- UCR.....2250 €

TOTAL A SUBVENCIONAR:.....6.250 €

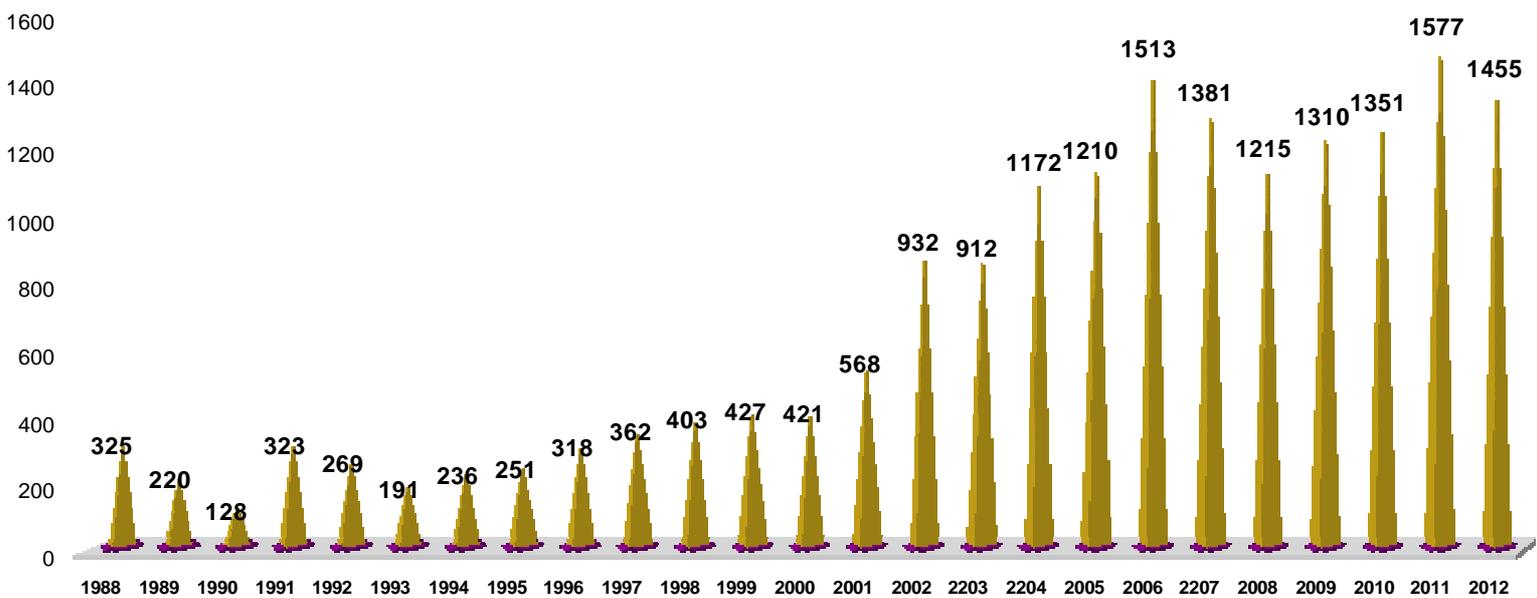
Las Bases de concesión de subvenciones a asociaciones de consumidores se publicaron en el BOR nº 67 de 1 DE JUNIO de 2012.

25 ANIVERSARIO OMIC

EVOLUCION DE ACTUACIONES



EVOLUCION DE RECLAMACIONES



CONCLUSIONES

Tras el estudio realizado en esta memoria de la actividad desarrollada por la OMIC a lo largo de 2012, podemos extraer las siguientes conclusiones.

- La demanda de INFORMACIÓN ha continuado en los mismos niveles que años anteriores, siendo el primer trimestre del año el que acumula más demanda de información.
- En cuanto al sistema elegido, el consumidor continúa realizando sus reclamaciones mediante la solicitud de cita previa, representando de esta forma un 65,11 % sobre el total de las actuaciones realizadas en la OMIC
- En cuanto a los temas mas solicitados, predomina sobre los demás la demanda del sector servicios, destacando entre estos temas el sector de telecomunicaciones, sobre todo en relación a problemas de facturación, así como los sectores de gas y electricidad, cada día en aumento.
- La MEDIACIÓN, tarea encomendada a la OMIC con el fin de solucionar los problemas que conlleva la vida diaria del consumidor logroñés, ha dado lugar a la apertura de **1455 expedientes**, cantidad inferior, tanto en la cuantía reclamada como en el número de los mismos, respecto al año anterior, debido a la gran influencia de la crisis.
- Por último, la EDUCACIÓN del consumidor infantil, ha llevado a participar a través de sus centros escolares a **2312 niños**, cantidad también menor que la del año pasado, debido a la reducción del programa dirigido a los escolares a 2 talleres, en la edición del 2012.