



**AYUNTAMIENTO DE LOGROÑO**

OFICINA MUNICIPAL DE INFORMACION AL

**Consumidor**

**MEMORIA**

**2013**

## INDICE

<b><u>INDICE</u></b> .....	<b>1</b>
<b><u>LA OMIC COMO SERVICIO SENCILLO DE USAR, RÁPIDO Y EFICAZ</u></b> .....	<b>2</b>
<b><u>ACTUACIONES</u></b> .....	<b>3</b>
1. ANÁLISIS ESTACIONAL.....	4
2. EVOLUCIÓN HISTÓRICA.....	5
3. REPARTO PROPORCIONAL DE ACTUACIONES.....	6
4. EXPEDIENTES TRAMITADOS.....	7
5. ESTUDIO COMPARATIVO RESPECTO AÑO ANTERIOR.....	8
6. ANÁLISIS POR TEMAS.....	9
7. ANÁLISIS POR EL MEDIO UTILIZADO.....	14
8. DISTRIBUCIÓN DE LOS CONSUMIDORES ENTRE LOS SECTORES DE LOGROÑO.....	15
9. REPARTO DE LAS CONSULTAS SEGÚN EL SEXO DEL CONSUMIDOR.....	16
10. CAUSAS DE LAS CONSULTAS.....	17
11. EL CONSUMIDOR LOGROÑES.....	18
<b><u>CRONOGRAMA</u></b> .....	<b>19</b>
ACTIVIDADES DIRIGIDAS A ADULTOS.....	20
PROGRAMA DE ACTIVIDADES ESCOLARES.....	30
ETIQUETADO DE LOS PRODUCTOS: PICTIOGRAMAS-CONOCELOS.....	31
REDES SOCIALES EN INTERNET: TELEFONÍA MOVIL Y SMS PREMIUM.....	33
SABER COMPRAR, SABER RECLAMAR.....	35
<b><u>SUBVENCIONES A ASOCIACIONES DE CONSUMIDORES</u></b> .....	<b>37</b>
<b><u>CONCLUSIONES</u></b> .....	<b>38</b>

## **LA OMIC COMO SERVICIO SENCILLO DE USAR, RÁPIDO Y EFICAZ**

En un año especialmente duro para la economía de los consumidores logroñeses, la OMIC ha continuado su labor basando su actividad en que la información que llegue al consumidor sea clara, comprensible y adaptada a las circunstancias, en cada uno de los actos de consumo.

Para ello la OMIC como estructura orgánica de la Administración Local, presta el servicio público de información, educación, orientación y asesoramiento a los consumidores, entendiendo que no sólo es importante conocer los derechos del consumidor, sino también disponer de un mecanismo accesible y rápido para ejercer estos derechos.

La OMIC continúa trabajando activamente en la difusión de los derechos del consumidor a través de los medios de comunicación locales y municipales: radio, prensa e internet. Se atiende de esta forma a las necesidades de un gran volumen de consumidores de nuestra ciudad que no podrían acceder personalmente a la OMIC, incidiendo en que eso ha originado más consultas durante el año anterior, de forma que la mayor información del consumidor ha contribuido a su mejor defensa y se ha realizado día a día una labor de MEDIACIÓN en las cuestiones planteadas por los consumidores en su vida cotidiana, tanto en la compra de productos como en la prestación de servicios.

Es de resaltar que los datos estadísticos correspondientes a los 6 primeros meses de este año, son inferiores a los del año anterior, debido a que por una baja de maternidad, en este período sólo hubo un técnico .

Por último, la formación como consumidor dirigida a los escolares de la Ciudad de Logroño en los Centros de primaria y secundaria, lleva desarrollándose desde el comienzo de la actuación de la OMIC, con el mismo nivel de aceptación, lo cual nos lleva a mantener e innovar los programas dirigidos a los niños, como en el caso de este año, con el programa dirigido a los más pequeños.

A continuación se presenta la Memoria del año 2013 que consta de las siguientes partes:

- Una primera, en la que se realiza un análisis sistemático de las actuaciones llevadas a cabo por la OMIC a petición de los consumidores.
- Una segunda parte constituida por el cronograma de actividades.
- Una tercera parte que contempla el capítulo de subvenciones concedidas a las Asociaciones de Consumidores.
- En la última parte se extraen las conclusiones de la presente Memoria.

## ACTUACIONES

La demanda de **INFORMACIÓN** por el consumidor es parte de la tarea diaria de la OMIC.

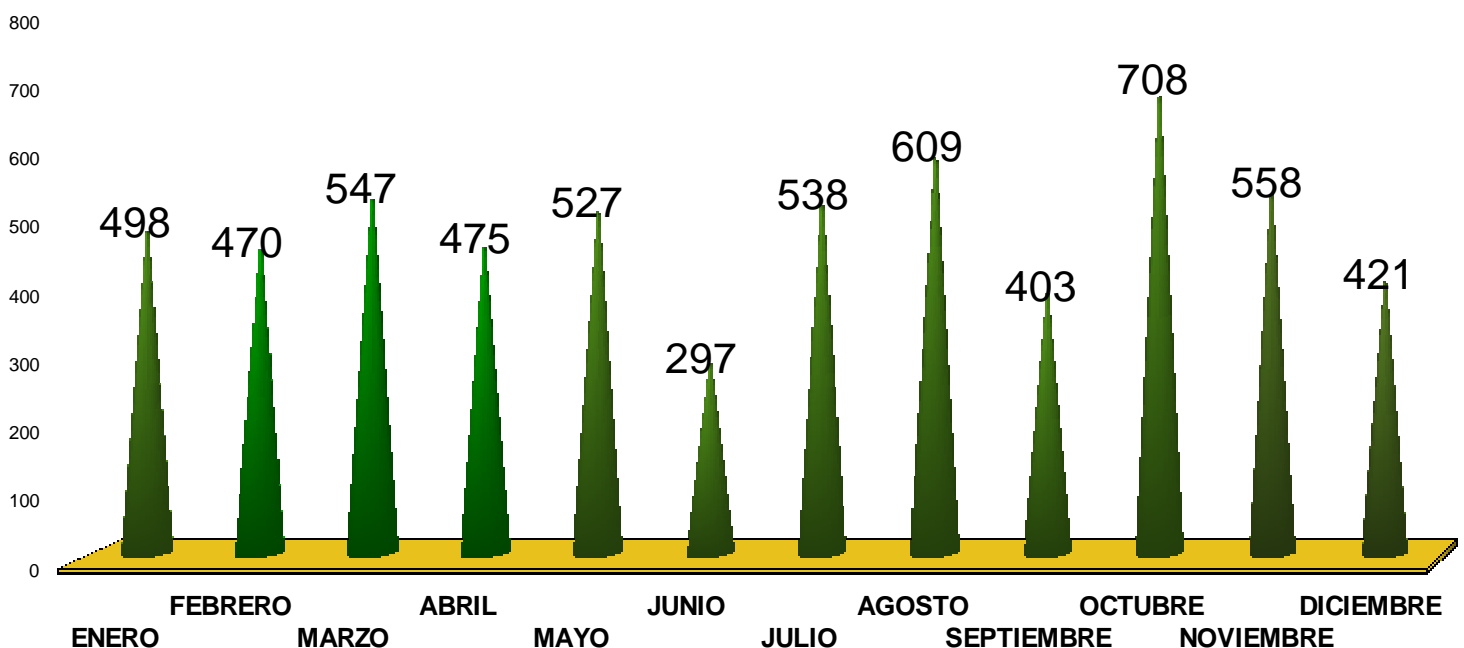
Pasamos a realizar un análisis exhaustivo de las actuaciones realizadas a lo largo del año 2013 por la OMIC.

El análisis tendrá diferentes vertientes:

- Por un lado, se analiza la frecuencia de las mismas, mediante un estudio estacional, donde se extraerán conclusiones sobre los períodos más consumistas del año. También se hace una referencia a la evolución histórica del total de actuaciones durante la última década.
- Distribución porcentual de consultas, reclamaciones y denuncias.
- Se observa el número de expedientes tramitados desde esta oficina, con un estudio histórico sobre su evolución en los últimos años.
- Se clasifican las consultas en grupos temáticos y las características más determinantes en cada grupo.
- Se examina la proporción de actuaciones según el medio de consulta utilizado.
- Asimismo, se analiza la incidencia de consultas en relación con los distintos sectores en que se divide la ciudad.
- Finalmente se realiza una prospección de la distribución 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.
- Finaliza la memoria con las conclusiones a las que se llega con los datos reflejados en la misma.

## 1.- ANÁLISIS ESTACIONAL

El conjunto de las actuaciones efectuadas a lo largo del año 2013 en la Oficina Municipal de Información al Consumidor de Logroño ha sido de 6.051, con la siguiente distribución.

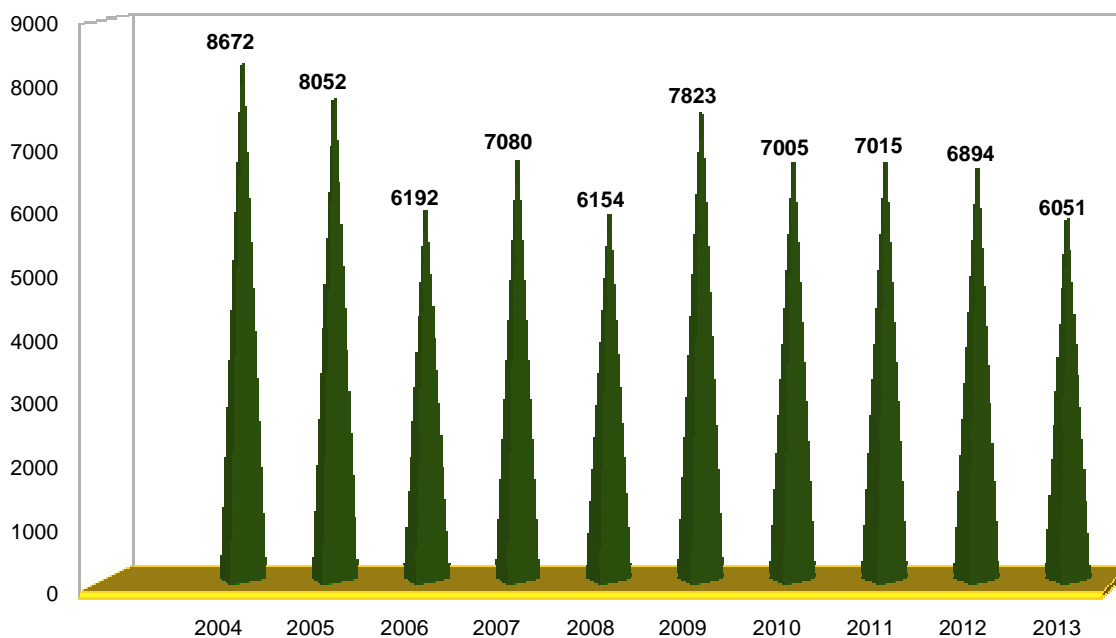


### DISTRIBUCIÓN DE ACTUACIONES AÑO 2013

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.



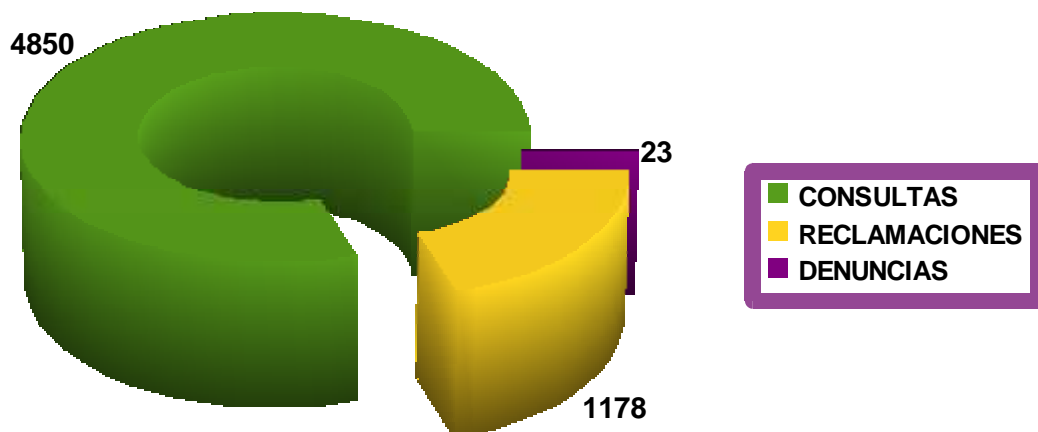
**EVOLUCIÓN HISTÓRICA DE LAS CONSULTAS DE LA OMIC EN LOS ÚLTIMOS 10 AÑOS**

### 3.- REPARTO PROPORCIONAL DE ACTUACIONES

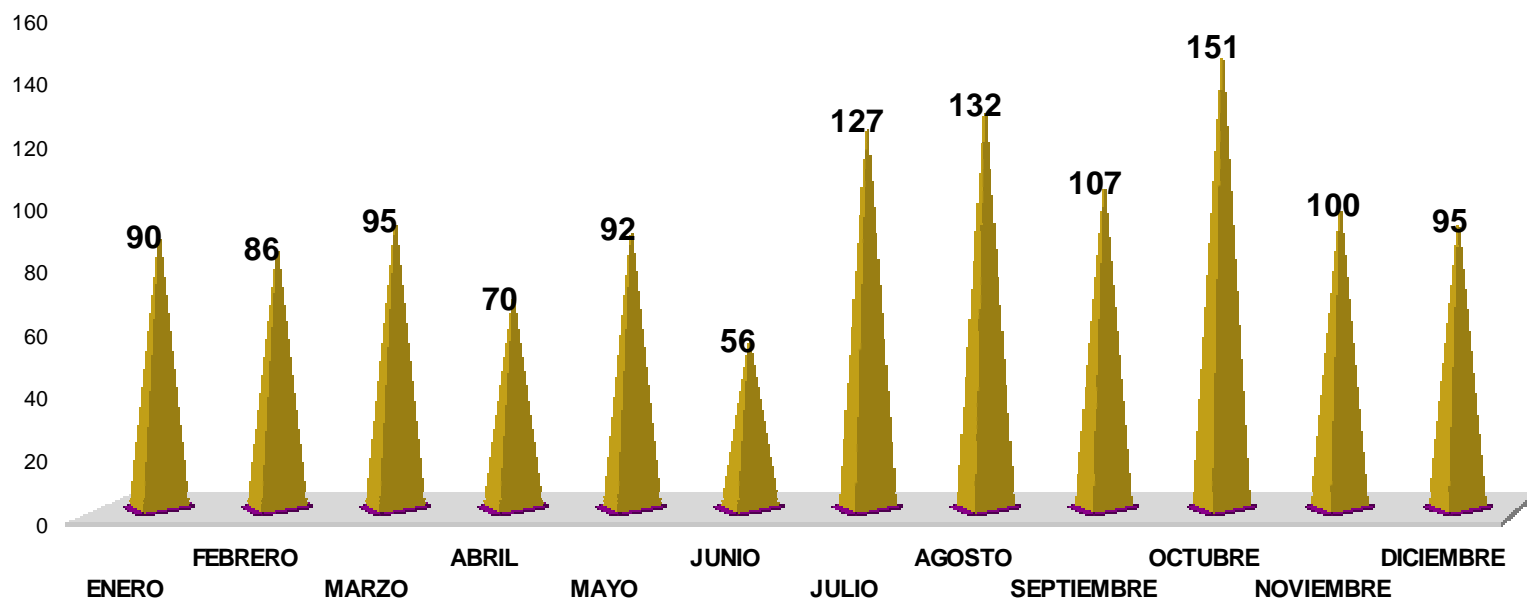
Tradicionalmente el consumidor de Logroño, prefiere la información antes que la reclamación o la subsiguiente denuncia, por lo tanto en la distribución de actuaciones, las consultas conllevan un 80,15 % del total, mientras que las reclamaciones suponen un 19,47 % y las denuncias un 0,38 % del total de actuaciones.

En el siguiente gráfico puede observarse que la distribución de actuaciones sigue en la pauta de años anteriores, si bien cuantitativamente el número es inferior .

Ha de tenerse en cuenta que durante el primer semestre sólo se ha contado con una técnico, debido a la baja temporal de la otra técnico, por ello, si la comparación se hace por semestres, el primer semestre se observa que un sólo técnico ha superado con creces el 50 % de la actividad de los dos técnicos en años anteriores, debido en gran parte al mayor uso de los medios disponibles en la web, donde se derivaba a los usuarios que no podían ser atendidos de forma personalizada.



Expedientes sancionadores del año 2013, tramitados desde la OMIC:  
-EXPTES INCOADOS: 40 expedientes.  
-FINALIZADOS CON SANCION: 13.  
-ARCHIVADOS: 11



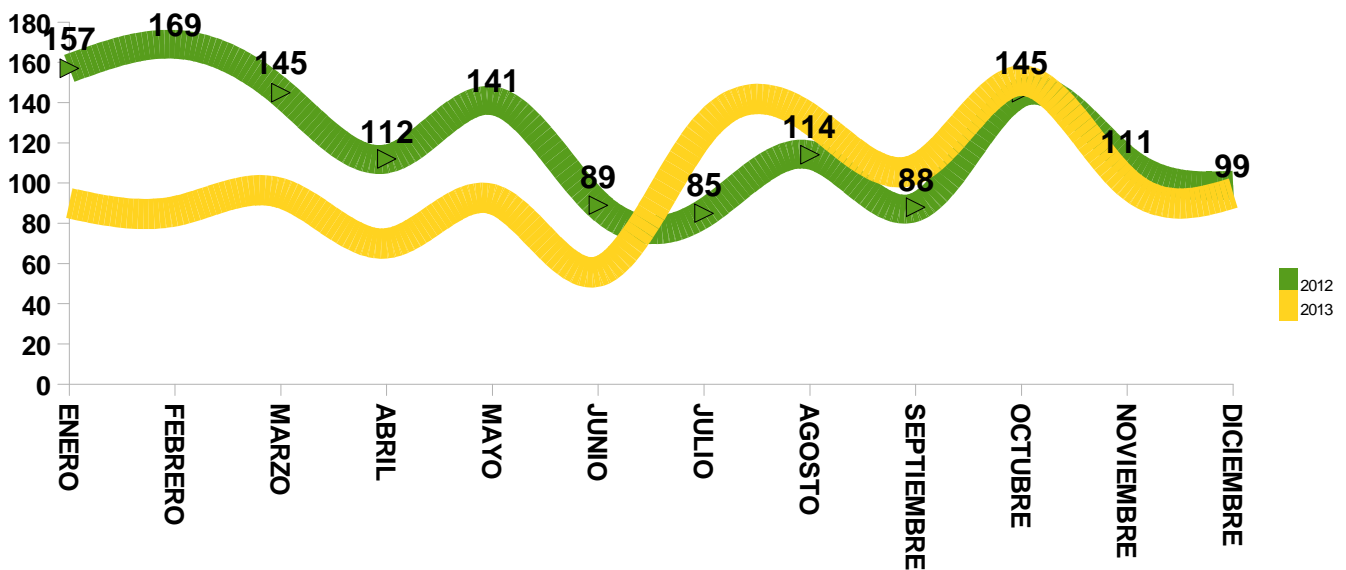
### DISTRIBUCIÓN MENSUAL DE “EXPEDIENTES” DURANTE EL AÑO 2013

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



**ESTUDIO COMPARATIVO DE LAS RECLAMACIONES ENTRE LOS AÑOS 2012/2013**

MES	AÑO 2012	AÑO 2013
● ENERO.....	157.....	90
● FEBRERO.....	169.....	86
● MARZO.....	145.....	95
● ABRIL.....	112.....	70
● MAYO.....	141.....	92
● JUNIO.....	89.....	56
● JULIO.....	85.....	127
● AGOSTO.....	114.....	132
● SEPTIEMBRE.....	88.....	107
● OCTUBRE.....	145.....	151
● NOVIEMBRE.....	111.....	100
● DICIEMBRE.....	99.....	95
<b>TOTAL.....</b>	<b>1.455.....</b>	<b>1.201</b>



**COMPARACIÓN DE EXPEDIENTES RECIBIDOS EN 2012 Y 2013**

En este apartado, realizando el estudio comparativo de forma similar al realizado con los datos de las actuaciones totales, podemos, analizando por semestres, apuntar a la misma tónica , de enero a junio ( con una sólo técnico), el aumento es considerable con respecto al año anterior.

## **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 2,013, en dos bloques temáticos:

1. BIENES
2. SERVICIOS

### **BIENES:**

- Alimentación y bebidas
- Animales domésticos
- Electrodomésticos: línea blanca, línea marrón.
- Electrónica e informática: ordenador, móvil, 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.

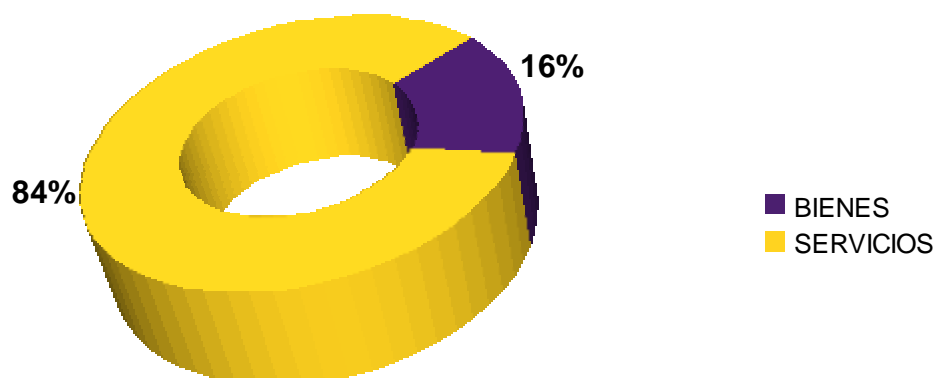
### **SERVICIOS:**

- 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

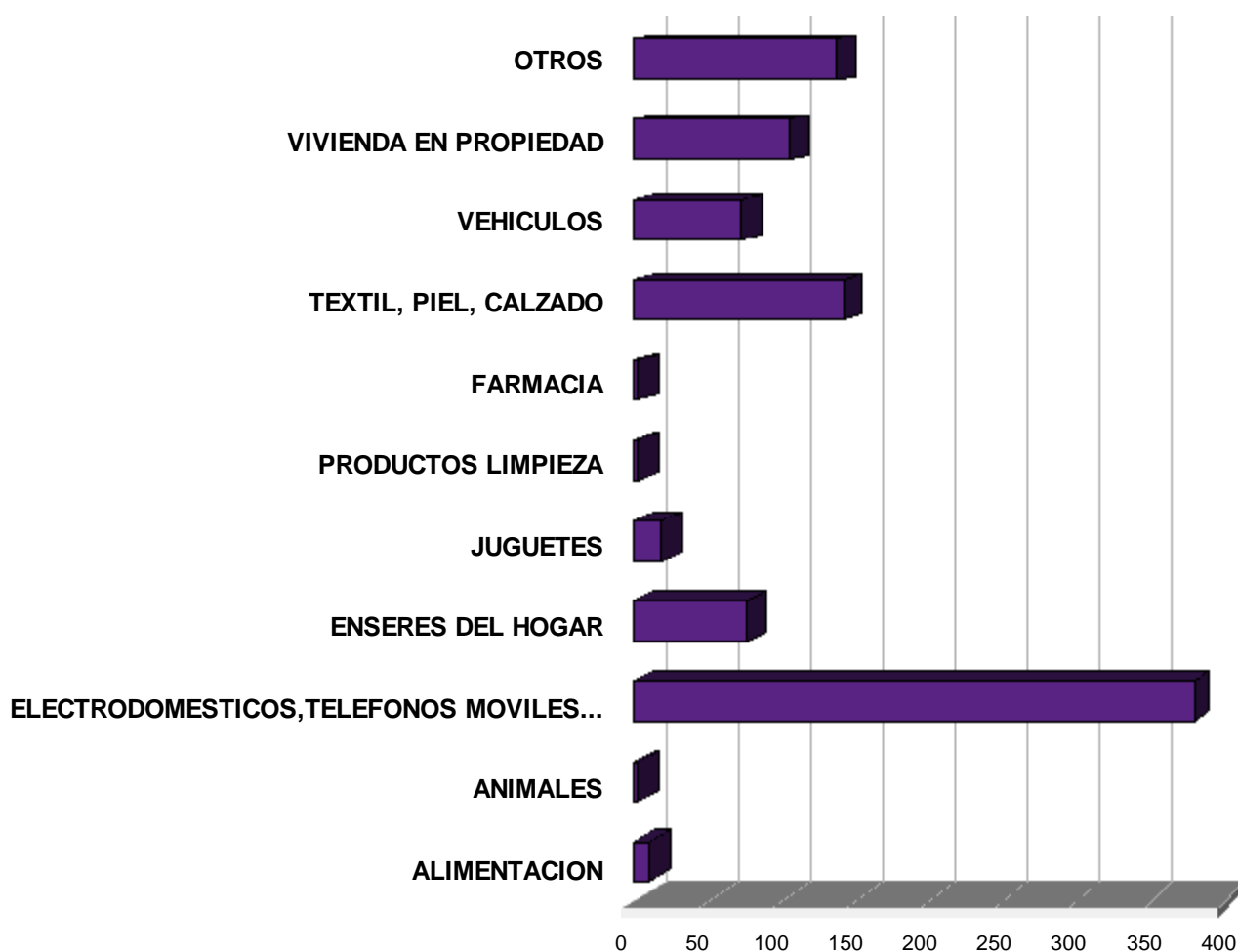
¿Cuáles han sido los temas más demandados dentro de estos bloques, por el consumidor de Logroño ?

El análisis de datos estadísticos recogidos en nuestra oficina, nos da el siguiente resultado:

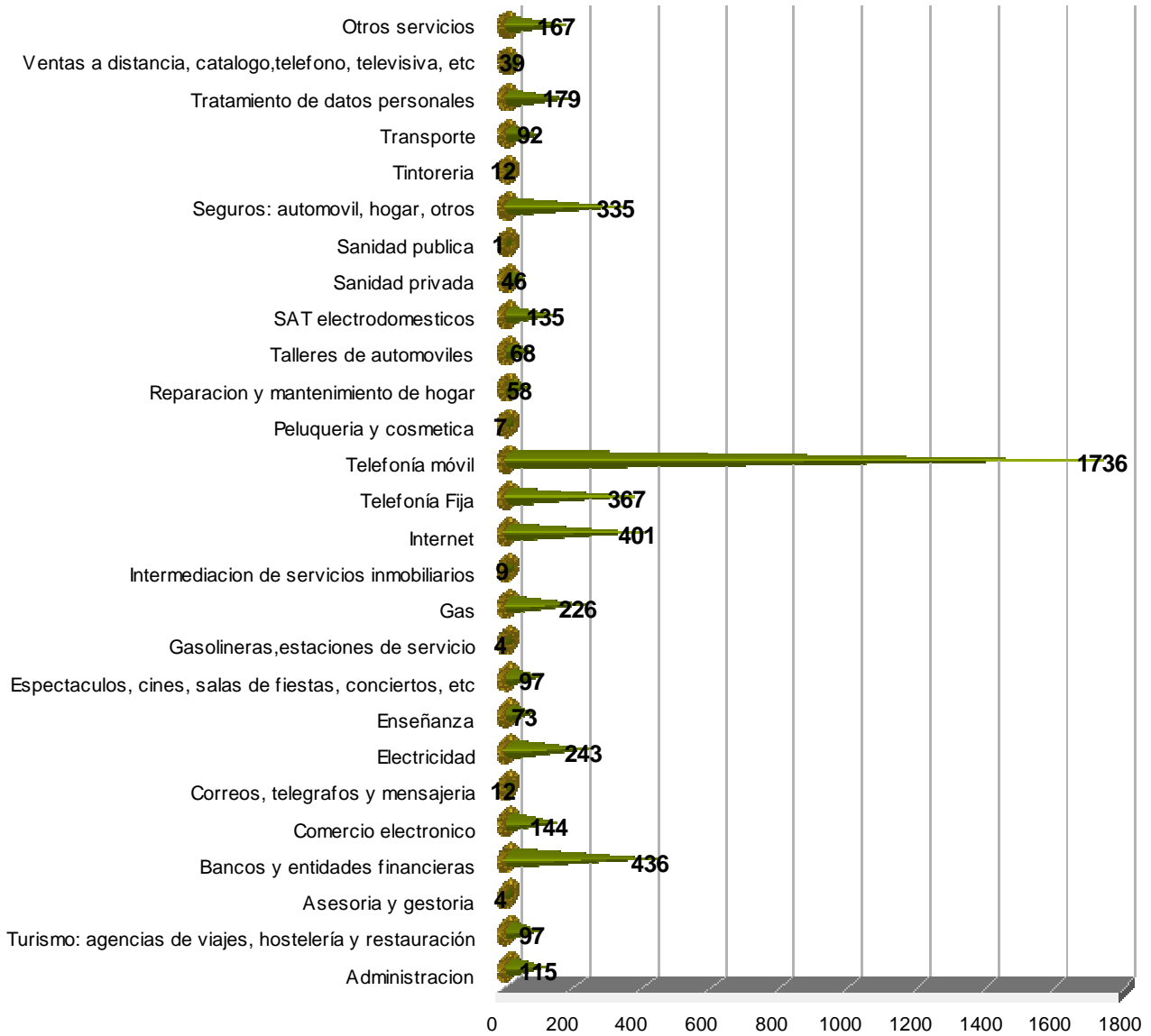


**ESTUDIO TEMÁTICO:**

- **SECTOR BIENES:** Realizando el estudio de estos bloques temáticos, dentro del sector BIENES, observamos que : electrodomésticos, teléfonos móviles... son los temas más demandados, seguido de cerca por el textil y los enseres del hogar.

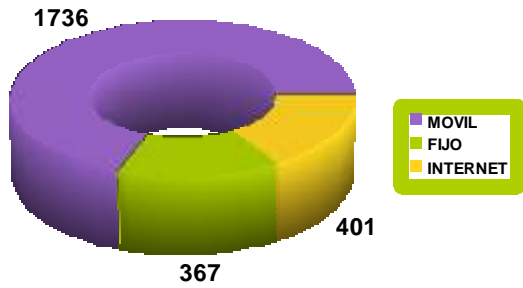


**DISTRIBUCIÓN DE LAS CONSULTAS REALIZADAS EN EL SECTOR DE BIENES**

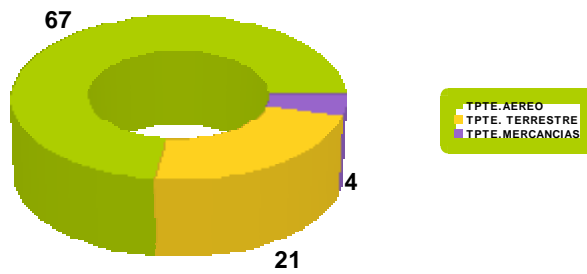


**DISTRIBUCIÓN DE LAS CONSULTAS REALIZADAS EN EL SECTOR SERVICIOS**

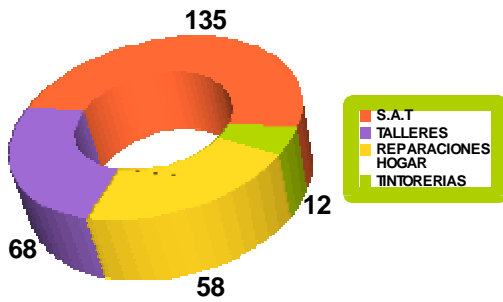
**DISTRIBUCIÓN TELECOMUNICACIONES**



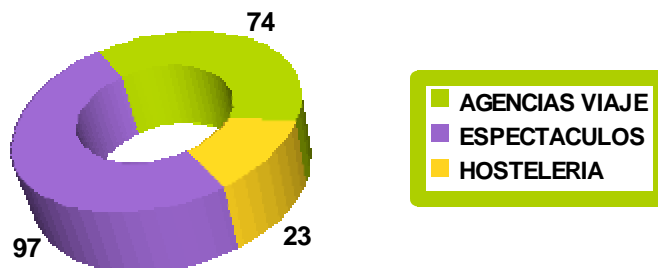
**DISTRIBUCIÓN DE TRANSPORTE**



**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.

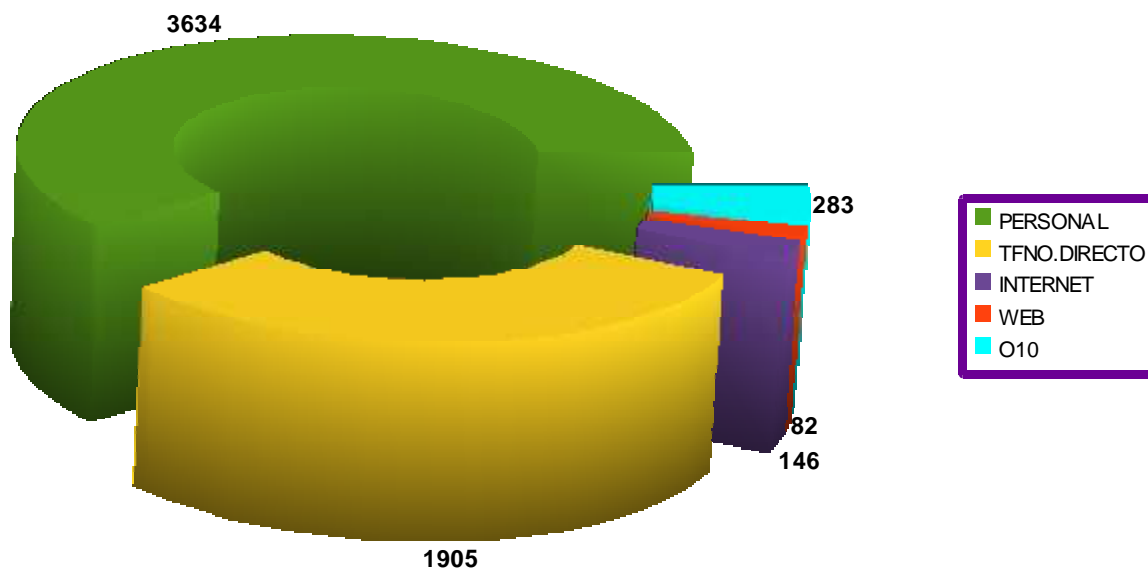
Para realizar el siguiente estudio, se ha realizado una toma de datos de las personas que demandan los servicios de la OMIC.

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 60,06 % de los consumidores se dirige personalmente a la OMIC para hacer sus consultas y reclamaciones.

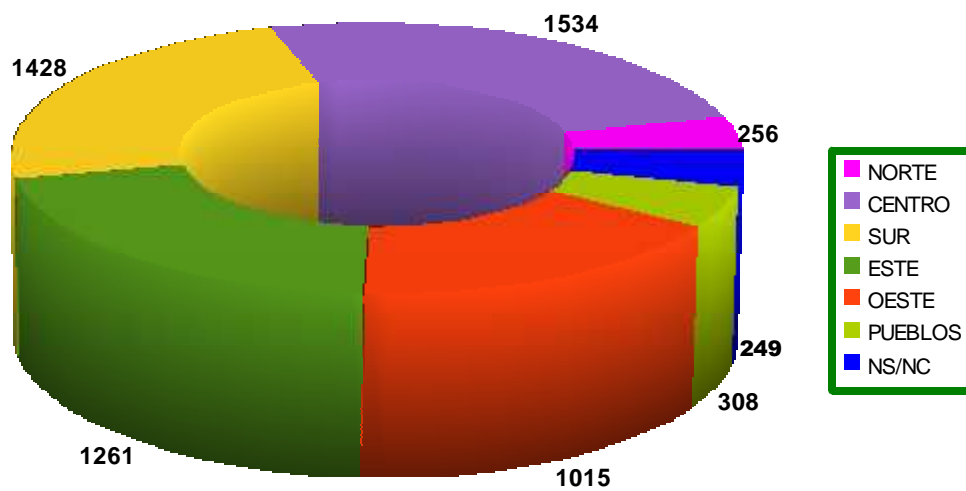
El 36,16% utiliza el teléfono para consultar, un 31,48 % a través del teléfono directo de la oficina y un 4,68 % mediante el Servicio 010.

También podemos señalar que cada vez se utiliza más el correo electrónico para efectuar las consultas, siendo un 3,77 % del total de las consultas ( Web municipal y correo electrónico), manteniendo niveles similares al año anterior.



## 7.- ACTUACIONES ENTRE SECTORES DE LA CIUDAD DE LOGROÑO

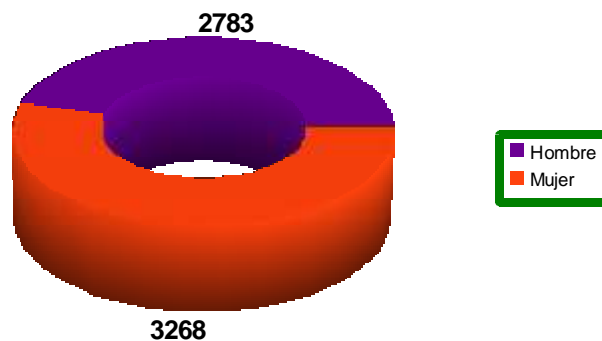
Se mantienen los mismos datos porcentuales que durante el año 2.012



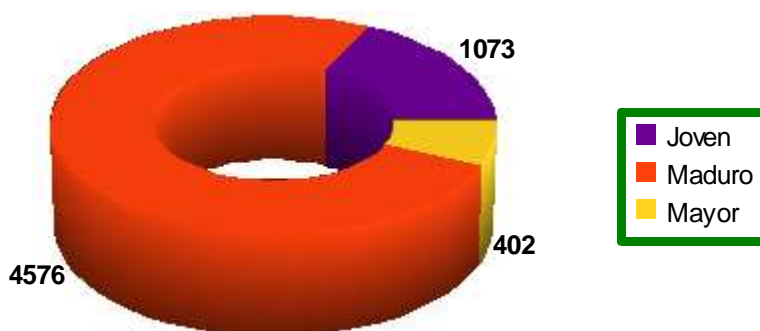


## 8.- REPARTO DE LAS CONSULTAS SEGÚN EL SEXO DEL CONSUMIDOR

En cuanto al consumidor en sí, el **54 %** son mujeres, frente al **46%** de hombres, continuando en línea ascendente la participación masculina.



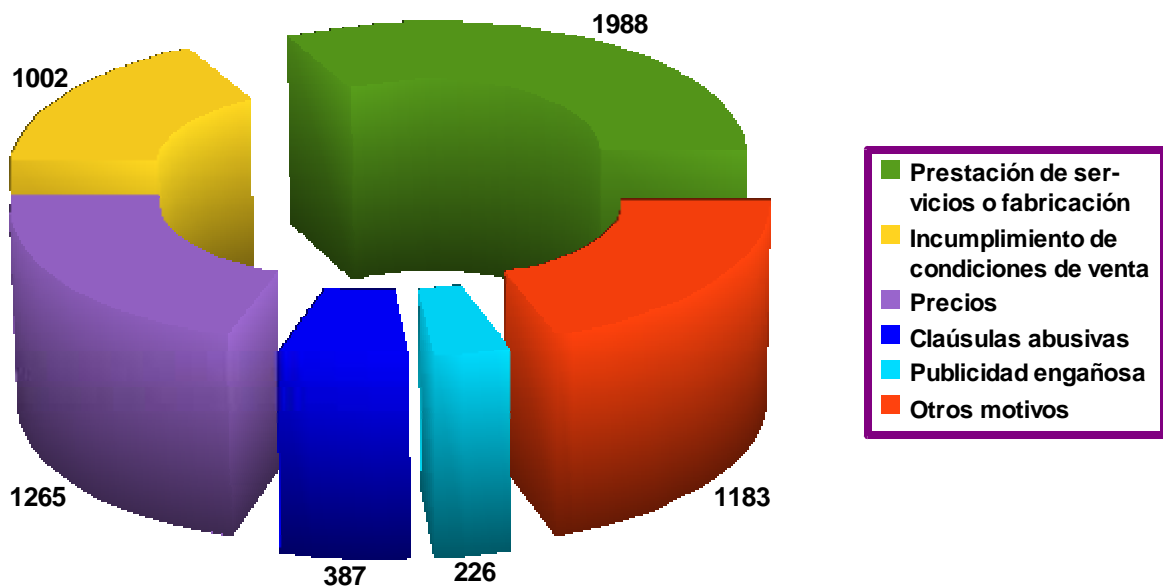
En cuanto a su distribución por tramos de edad, el orden de importancia entre los tres tramos de edad distinguidos, sigue siendo el mismo : jóvenes (18 a 30 años) **17,72 %**, maduros (30 a 65 años) **75,62%** y personas mayores (mayores de 65 años) **6,64%**



## 9.- CAUSAS DE LAS CONSULTAS

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.

- Prestación de servicios o de fabricación.....1988
- Incumplimiento de condiciones de venta.....1002
- Precios.....1265
- Cláusulas abusivas.....387
- Publicidad engañosa.....226
- Otros motivos.....1183



**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 este ocasión.

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 DE ACTIVIDADES**

## **ACTIVIDADES DIRIGIDAS A ADULTOS**

### **1 DE MARZO: LOGROSTOCK**

Una edición más, la OMIC colaboró con motivo de una nueva edición de Logrostock, repasando las novedades normativas en materia de defensa del Consumidor, desarrolladas en la jornada del 1 de marzo en el Hotel Carlton de Logroño.

### **15 DE MARZO: DÍA DEL CONSUMIDOR**

La celebración del Día del Consumidor se hizo presente en todos los medios de comunicación del Ayuntamiento de Logroño: Facebook, Tweter, Web Municipal.

### **21 DE MARZO: ATENEO RIOJANO**

La OMIC participó en el ciclo de debates “De Tertulia” sobre “La factura energética, la factura de la luz”

### **17 DE ABRIL: CURSO DE ATENCIÓN AL CIUDADANO**

El personal de la OMIC participó en un curso impartido por la Escuela Riojana de Administración Pública, cuyo contenido pretende mejorar la atención al ciudadano.

### **17 DE MAYO: DE BUENA FUENTE**

Dentro de la sección: “El ayuntamiento al servicio de los logroñeses” se dedica un monográfico a la OMIC:

- Funciones
- Perfil del consumidor riojano
- Motivo de las reclamaciones más frecuentes.

## **1 DE OCTUBRE: ELABORACIÓN DE DÍPTICOS INFORMATIVOS: HOJAS DE RECLAMACIÓN Y GARANTÍAS DE LOS PRODUCTOS**

La implantación por la Ley 5/2013 para la Defensa de los Consumidores en la Comunidad Autónoma de La Rioja, implanta en su artículo 18 en el que se contemplan los derechos reconocidos a la protección de los intereses económicos y sociales “ A la entrega por parte del empresario o profesional, a petición del consumidor, de un ejemplar de las hojas de reclamación”.

Con este motivo, se publica un folleto informativo sobre la forma de ejercitar este derecho.

Por otra parte, en el capítulo de bienes, la garantía de los productos supone uno de los temas más demandados. Su contenido y forma de su ejercicio, compone este 2ª folleto.

Ambos ejemplares se incorporaron en el apartado de publicaciones de que la OMIC dispone en la Web Municipal.





The image shows a screenshot of the Twitter profile for Ayuntamiento Logroño. The header features a blue background with a photo of the town hall and the coat of arms of Logroño. The profile name is 'Ayuntamiento Logroño' with the handle '@AytoLogrono'. Below the name, it states 'Cuenta oficial del Ayuntamiento de Logroño (La Rioja) en Twitter.' and 'Logroño · http://www.logro-o.org'. The statistics show 1.484 tweets, 94 followers, and 3.496 followers. The 'Tweets' section contains three tweets: one about the World Consumer Rights Day, one about a mobile app for accessibility, and one retweeted from Logroño Deporte about a national football tournament.

**Ayuntamiento Logroño**  
@AytoLogrono  
Cuenta oficial del Ayuntamiento de Logroño (La Rioja) en Twitter.  
Logroño · <http://www.logro-o.org>

1.484 TWEETS    94 SIGUIENDO    3.496 SEGUIDORES

### Tweets

**Ayuntamiento Logroño** @AytoLogrono 4m  
Hoy, Día Mundial de los Derechos del Consumidor. Aprende a defender los tuyos a través de la Oficina Municipal OMIC [goo.gl/6sBDF](http://goo.gl/6sBDF)  
Reducir    Responder    Eliminar    Favorito    Más

10:06 am - 15 mar 13 · Detalles

Responder a @AytoLogrono

**Ayuntamiento Logroño** @AytoLogrono 19h  
La aplicación para móviles 'Logroño.es' mejora su accesibilidad para las personas con discapacidad visual. [goo.gl/q47ub](http://goo.gl/q47ub)  
Abrir

**Logroño Deporte** @LogronoDeporte 19h  
Logroño recibirá a cerca de 600 niñas y niños de toda España que disputarán el Campeonato Nacional de Fútbol-8. [goo.gl/KekAz](http://goo.gl/KekAz)  
Retwitteado por Ayuntamiento Logroño  
Abrir





The image shows a screenshot of the Facebook profile page for the Ayuntamiento de Logroño. At the top left is the official red crest of the town. To its right is a photograph of a modern building with a colonnade. The profile name is "Ayuntamiento de Logroño" with a blue verification checkmark. Below the name, it says "A 2.376 personas les gusta esta página · 80 2.221 personas han estado aquí".

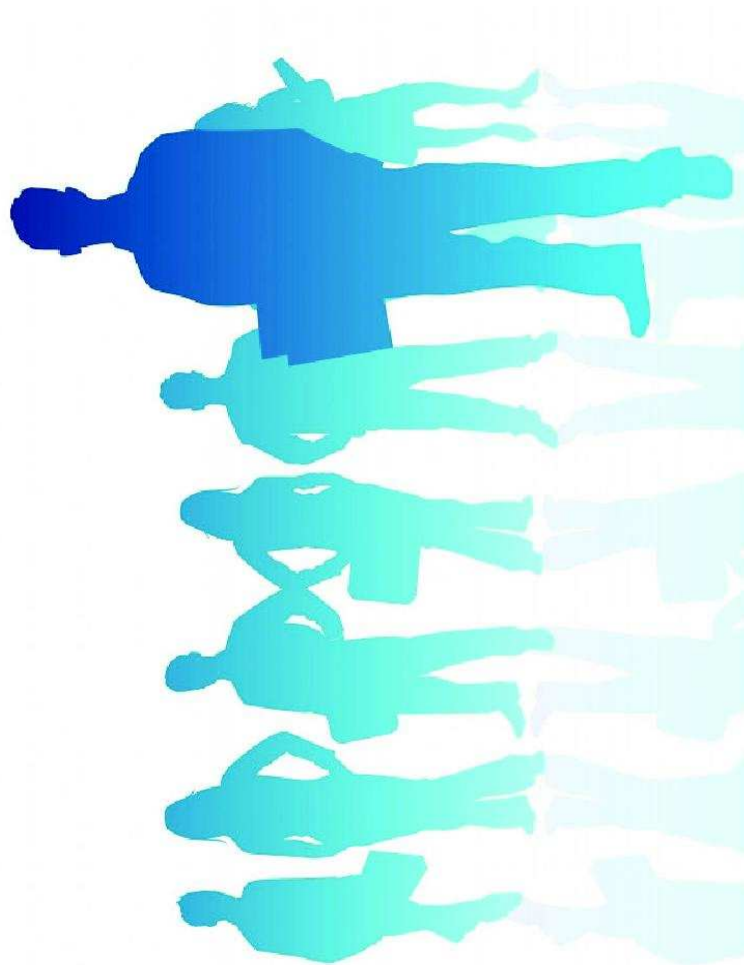
The bio section reads: "Organización gubernamental · Exteriores · Plaza pública Facebook oficial del Ayuntamiento de Logroño. Un canal municipal más de información y participación ciudadana." Below the bio are two tabs: "Información" and "Fotos".

The main content area shows a post from the Ayuntamiento de Logroño. The post header includes "Estado", "Foto / Vídeo", and "Oferta, Evento +". The text of the post says: "Ayuntamiento de Logroño ha compartido un enlace. Hace 2 minutos". The shared link is "Hoy, Día Mundial de los Derechos del Consumidor. Aprende a defender los tuyos a través de la Oficina Municipal OMIC http://goo.gl/6sBDF". Below the link is a preview for "Ayuntamiento de Logroño | Ayuntamiento de Logroño" with the URL "goo.gl" and the text "Web del Ayuntamiento de Logroño".

At the bottom of the post are the interaction options: "Me gusta · Comentar · Compartir" and a "Promocionar" button with a dropdown arrow.

Below the main post, another post header is visible: "Ayuntamiento de Logroño ha compartido un enlace a través de Logroño Deporte. Hace 10 horas".

# CURSO DE ATENCIÓN AL CIUDADANO



Escuela Riojana de Administración Pública

Mónica Zorzano Maeztu

## **CARACTERÍSTICAS DE UN SERVICIO DE ATENCIÓN/INFORMACIÓN**

**FIABLE:** transmitiendo una imagen de credibilidad, seguridad y confianza en todas sus actuaciones, ofreciendo información y datos exactos en el asesoramiento a los ciudadanos.

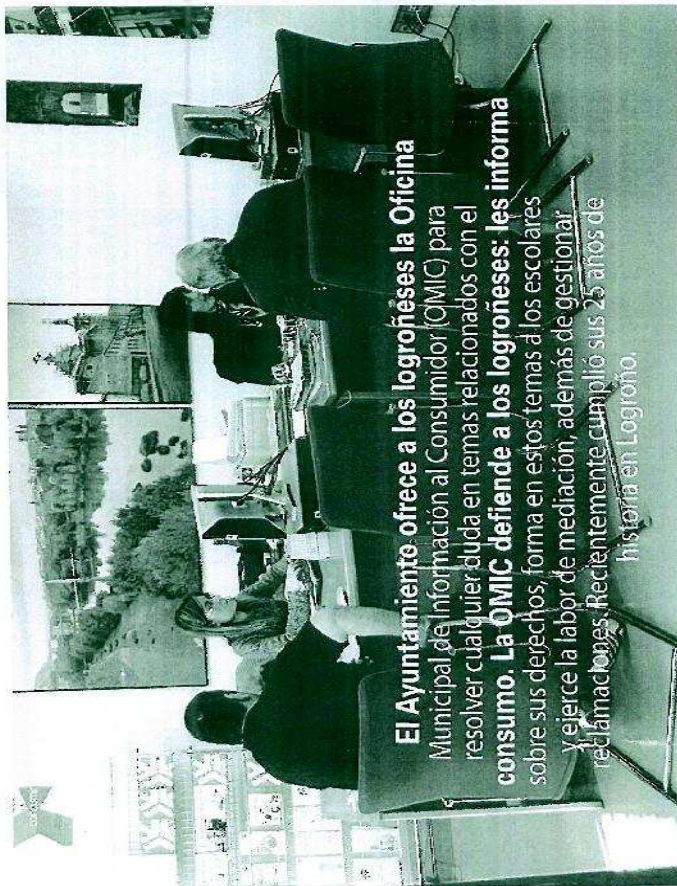
**ACTUALIZADA:** anticipándose a las necesidades cambiantes y renovando de manera constante la información que se facilite.

**PRÓXIMA:** dirigiéndose al ciudadano de manera cercana, adaptándose a las circunstancias concretas de cada persona.

**AMABLE:** acogiendo y tratando de manera complaciente y afable a los ciudadanos.

**QUE UTILIZA UN LENGUAJE SENCILLO:** comunicándose de manera comprensible y evitando, en la medida de lo posible, la utilización de un lenguaje demasiado técnico.

# Información, formación y protección al consumidor



**El Ayuntamiento ofrece a los logroñeses la Oficina Municipal de Información al Consumidor (OMIC) para resolver cualquier duda en temas relacionados con el consumo. La OMIC defiende a los logroñeses: les informa sobre sus derechos, forma en estos temas a los escolares y ejerce la labor de mediación, además de gestionar reclamaciones. Recientemente cumplió sus 25 años de historia en Logroño.**

La **Oficina Municipal de Información al Consumidor (OMIC)** es un servicio del Ayuntamiento de Logroño para ayudar a los consumidores y usuarios a defender sus derechos por medio de la información previa, el asesoramiento y la recepción de reclamaciones en temas de consumo. Un servicio municipal de atención directa y gratuita a través del cual todos los logroñeses pueden solicitar información sobre un problema que, como consumidores, busca solucionar.

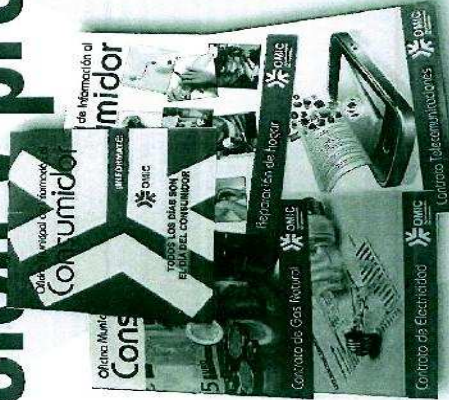
El consumidor que se acerca a la OMIC responde a un patrón común en toda la Unión Europea, y lo hace para temas relacionados con la telefonía móvil, la electrónica, textil, piel y calzado y con bancos, electricidad, gas, vivienda y vehículos. Sobre el contenido de esas actuaciones, tradicionalmente el consumidor de Logroño prefiere informarse antes que reclamar o que formular la siguiente denuncia.

El perfil de las personas que acuden a la OMIC es el siguiente: el 55% el 68% tienen entre 30 y 65 años. Ha aumentado con

siderablemente quienes acuden a los medios de telecomunicación para realizar sus consultas, aunque continúa prefiriendo la consulta personalizada.

#### Causas de las consultas

- Preciación de servicios o de fabricación: 2161.
- Incumplimiento de condiciones de venta: 1563.
- Precios: 1673.
- Cláusulas abusivas: 305.
- Publicidad engañosa: 160.
- Otros motivos: 1032.



El conjunto de las actuaciones efectuadas en 2012 en la OMIC ascendió a 6.894, siendo octubre, marzo, febrero y enero los meses con mayor actividad. En 2012 se produjeron 5.439 consultas, 1.433 reclamaciones y 22 denuncias.

#### ¿Cómo contactar con la OMIC?

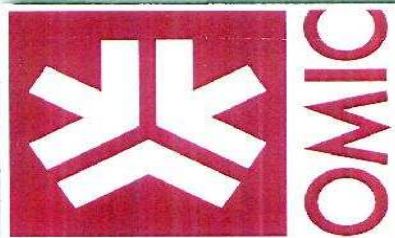
- Solicitar atención personalizada, mediante cita previa, llamando al teléfono 941 277022 y en el Servicio de Información 010.
- Remitir carta a la OMIC, Avenida de la Paz, 11-bajo, 26071 Logroño.
- Enviar escrito por fax al número 941 261052.
- Correo electrónico: [omic@logro.o.org](mailto:omic@logro.o.org)
- Página web municipal: [www.logroñes.es](http://www.logroñes.es)

#### ¿Qué servicios ofrece?

- Atención personalizada de consultas.
- Recepción, gestión y resolución de las quejas y reclamaciones.
- Mediación entre las partes para la resolución de determinadas cuestiones.
- Campañas de información y orientación de los consumidores.
- Campañas educativas dirigidas a escolares.
- Edición de material informativo.
- Documentación técnica.
- Colaboración con la Junta Arribana de Consumo.
- Colaboración con las asociaciones de consumidores.

La apertura de la OMIC del Ayuntamiento de Logroño se realizó el 2 de diciembre de 1986 en la Plaza de Lecho. Tras unos meses se trasladó a su ubicación actual, en la planta baja del Ayuntamiento.

La OMIC presta su servicio a través de 5 telefonistas, 2 técnicos en consumo y 3 administrativos.



#### “Lo que más preocupa son las telecomunicaciones”

Marilda Millán, la responsable de la OMIC en el Ayuntamiento de Logroño, ha vivido buena parte de los 25 años de historia de esta oficina. “Fue una de las primeras que se implantó en España” (la ley nacional data de 1984) y también fue la primera oficina municipal que otros cite “previa”.

En estos años el servicio ha variado mucho, “siguiendo los avatares de la economía nacional”. Millán explica que “al principio se trataban más temas relacionados con la alimentación o servicios como talleres, comercios y tintorerías. Después hubo un tiempo en el que lo que más preocupaba eran los temas relacionados con la vivienda. En la actualidad son las telecomunicaciones en sus diversas modalidades: telefonía, telefonía móvil, internet, comercio electrónico...”

Marilda Millán considera que contribuyen favorablemente a la correcta prestación de este servicio en su ciudad la Ordenanza Municipal de Consumo, que data del año 2002, y la reciente Ley para la defensa de los consumidores de La Rioja, aprobada el mes pasado.

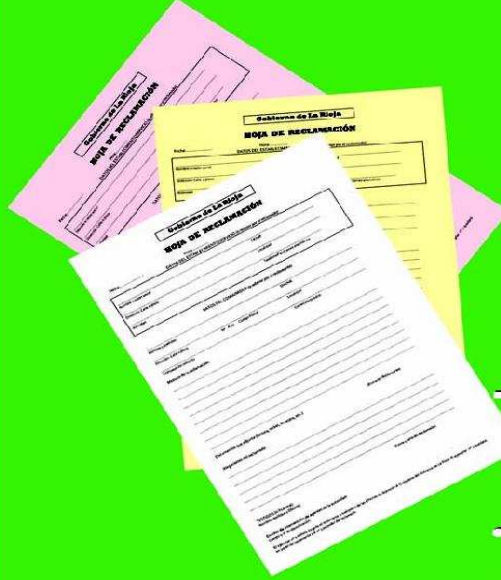
## ¿Cómo contactar con la OMIC?

- Solicitar atención personalizada, mediante cita previa, llamando al teléfono **941 27 70 22**
- Servicio de información **010**
- Enviar escrito por fax al número: **941 26 10 52**
- Correo electrónico: **omic@logro-o.org**
- Página Web municipal: **www.logroño.es**



## Oficina Municipal de Información al Consumidor

# Consumidor



## Hojas de Reclamación



## Hojas de Reclamación

Desde Octubre de 2013, en La Rioja es obligatoria la existencia de Hojas de Reclamación.

### ¿Quiénes la deben tener?

- Los establecimientos comerciales que vendan productos y presten servicios.
- Los servicios prestados a domicilio.

### ¿Cómo sabemos que existen?

Se anunciará mediante cartel visible al público en el propio establecimiento.

### ¿Cómo son?

Modelo único, con tres hojas autocalcables. (ver portada)

### ¿Qué hay que hacer tras rellenar la hoja de reclamación?

- El consumidor deberá entregar la Hoja original (BLANCA) en la Administración competente en materia de consumo, con toda la documentación acreditativa (Factura, ticket, presupuesto...)
- El reclamante se quedará con la copia ROSA y la empresa reclamada con la copia AMARILLA.

### Recuerda...

- El consumidor deberá entregar la Hoja original (BLANCA) en la Administración competente en materia de consumo, con toda la documentación acreditativa (factura, ticket, presupuesto...)

**¡Información!  
¡tu mejor defensa!**

contacta con nosotros  
(ver contraportada)



## ¿Cómo contactar con la OMIC?

- Solicitar atención personalizada, mediante cita previa, llamando al teléfono **941 27 70 22**
- Servicio de información **010**
- Enviar escrito por fax al número: **941 26 10 52**
- Correo electrónico: **omic@logro-o.org**
- Página Web municipal: **www.logroño.es**



**Ayuntamiento de Logroño**



Oficina Municipal de Información al Consumidor

Oficina Municipal de Información al

# Consumidor



**Garantía de productos adquiridos por un consumidor final**



OMIC Ayuntamiento de Logroño

## Garantía de productos adquiridos por un consumidor final

### 1. ¿Quién debe hacerse cargo de la garantía?

Si se le plantea un problema con un producto en garantía, debe dirigirse al establecimiento de compra.

### 2. ¿Qué problemas cubre la garantía?

- Cualquier defecto de fabricación.
- La garantía no cubre los defectos ocasionados por el mal uso del producto por parte del consumidor.

### 3. ¿Cuánto dura la garantía?

- 2 años, desde la compra para productos nuevos y
- 1 año, como mínimo, para los de segunda mano.

### 4. ¿Qué derechos tenemos en garantía?

- Tenemos derecho a la reparación.
- Si la reparación no deja el bien en condiciones, podemos elegir entre:
  - Una nueva reparación.
  - La sustitución del objeto por uno nuevo.
  - O la devolución del importe de la compra.

### 5. ¿Cómo son las reparaciones en garantía?

Son gratuitas y cubren:

- Mano de obra
- Piezas
- Desplazamientos

### Recuerda...

Durante los **SEIS MESES** posteriores a la entrega del producto, (ya sea nuevo o de segunda mano) los defectos que observemos se supone que ya existían cuando se entregó.

**¡Información!!  
¡tu mejor defensa!**

contacta con nosotros  
(ver contraportada)







## Educación para el consumo

Aprende  
a  
consumir

¡¡ INFORMACIÓN !!

¡¡ TU MEJOR DEFENSA !!



## PROGRAMA DE ACTIVIDADES

Curso 2013/2014

### ETIQUETADO DE LOS PRODUCTOS: PICTOGRAMAS, CONOCELOS



DESTINATARIOS: Escolares de 5º de Primaria

LUGAR DE CELEBRACIÓN: Centros Escolares

FECHAS: Del 16 al 31 de Octubre, ambos incluidos.

PROGRAMA: Conocimiento del significado de los pictogramas más habituales que incorporan las etiquetas de los diferentes productos (limpieza, videojuegos, juguetes, cosméticos, electrodomésticos....) y procedimiento para realizar una correcta reclamación.



### SABER COMPRAR – SABER RECLAMAR

DESTINATARIOS: Escolares de 6º de Primaria

LUGAR DE CELEBRACIÓN: Centros Escolares

FECHAS: Del 18 al 30 de Noviembre ambos incluidos

PROGRAMA: Conocer aspectos generales de los derechos del comprador – consumidor, como precios, ticket, facturas, etiquetado, devolución der productos, consejos a la hora de comprar y procedimiento para realizar una correcta reclamación

### NUEVAS TECNOLOGÍAS: REDES SOCIALES EN INTERNET, TELEFONIA MOVIL; MENSAJES PREMIUM



DESTINATARIOS: Escolares de 1º DE ESO

LUGAR DE CELEBRACION: Centros Escolares

FECHAS: Del 4 al 18 de Noviembre ambos incluidos

PROGRAMA : Prevención en uso al escolar de las redes sociales, los foros de internet y problemas derivados del uso del móvil, como los sms premium y los concursos de televisión y aprender el procedimiento para realizar una correcta reclamación.

### LA INSCRIPCIÓN EN CADA TALLER SE REMITIRÁ EN FECHAS PRÓXIMAS A SU REALIZACIÓN



OMIC Avda. de la Paz 11. (26071) Logroño. Teléfono: 941-27-70-22. Fax: 941- 26-10-52. Correo electrónico: [omic@logro-o.org](mailto:omic@logro-o.org)



OMIC

**Del 16 al 31 de OCTUBRE 2013**

**ETIQUETADO DE LOS PRODUCTOS: PICTIOGRAMAS-CONÓCELOS**



**DESTINATARIOS:**

Escolares de 5º de Primaria

**ASISTENTES:**

**865** alumnos pertenecientes a **18 centros** que se relacionan más adelante.

**EQUIPO RESPONSABLE:**

**CALLE ACTIVA S.L**

**COORDINADOR:**

**Mº Beni de la Asunción**

**LUGAR:**

Centros Escolares.

**DURACIÓN:**

Una sesión de **1 hora y media**, dentro del horario escolar.

**PROGRAMA:**

Sensibilizar a los alumnos sobre el etiquetado de los productos y significado, pictiogramas de juguetes, productos de limpieza, cosméticos, electrodomésticos.

**MATERIAL DE APOYO:**

DOCUMENTACIÓN A REPARTIR

- Test inicial y final
- Folleto informativo
- Cuaderno de trabajo

**COLEGIOS PARTICIPANTES****“ETIQUETADO DE LOS PRODUCTOS: PICTIOGRAMAS-  
CONÓCELOS 2013”**

1. Agustinas
2. Boscos
3. Divino Maestro
4. Doctores Castro
5. Escultor Vicente Ochoa
6. Gaunas
7. Gonzalo de Berceo
8. General Espartero
9. Jesuitas
10. Madre de Dios
11. Milenario de la Lengua
12. Navarrete el Mudo
13. Obispo Blanco Nájera
14. Pio XII
15. Paula Montalt
16. Rey Pastor
17. Siete Infantes de Lara
18. Varia

**PARTICIPAN: 18 CENTROS  
865 Alumnos**

**Del 4 al 18 de Noviembre 2013**

**REDES SOCIALES EN INTERNET. TECNOLOGÍA MOVIL: SMS PREMIUM**



- DESTINATARIOS:** Escolares de 1º DE ESO
- ASISTENTES:** 1.117 alumnos de 15 **Centros ( 4 públicos y 11 concertados)** que se detallan más adelante.
- EQUIPO RESPONSABLE:** **BIOMA CONSULTORES AMBIENTALES S.L**
- COORDINADOR:** Javier Martinez Llanos
- LUGAR:** Centros Escolares
- DURACIÓN:** 1 sesión de **1 hora y media**
- PROGRAMA:** Concienciar a los alumnos sobre la necesidad del uso adecuado de los recursos de ocio y entretenimiento de internet (chat, foros, redes sociales)  
Como objetivos específicos: dar a conocer el concepto de “netiquetas”, fomentar el uso correcto de las redes sociales , riesgos en el uso de mensajes premium (prevención o subsanación), aspectos positivos del correcto uso de internet (compras responsables y seguras, advertencias sobre descargas inadecuadas de aplicaciones, juegos...)

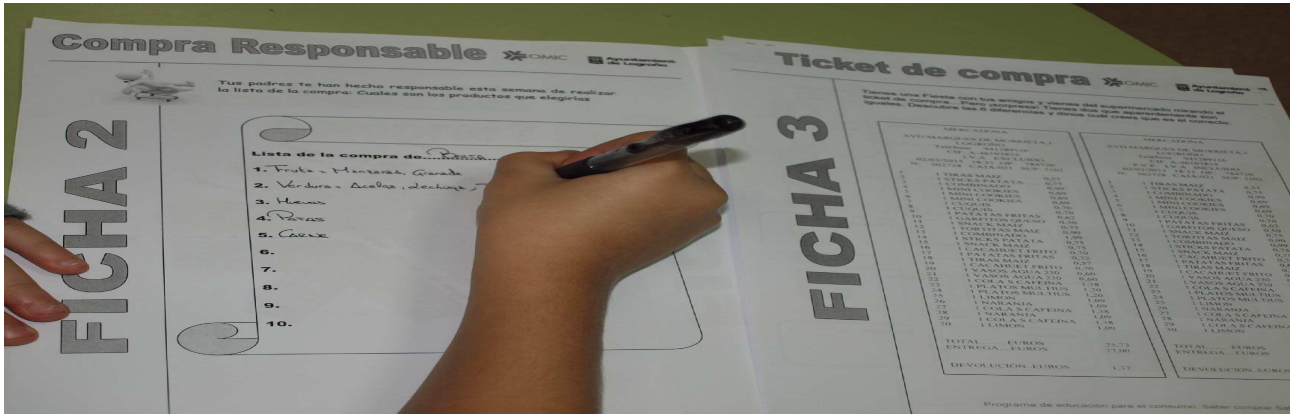
## **COLEGIOS PARTICIPANTES**

### **“NUEVAS TECNOLOGÍAS: REDES SOCIALES EN INTERNET Y SMS PREMIUM”**

1. Adoratrices
2. Agustinas
3. Batalla Clavijo
4. Compañía de María
5. Cosme García
6. Duques de Nájera
7. Escuelas Pías
8. Hnos D'Í Huyar
9. Inmaculado Corazón de María
10. Jesuitas
11. Marianistas
12. Purísima Concepción
13. Rey Pastor
14. San José
15. Tomás Mingot

**PARTICIPAN: 15 CENTROS  
1.117 ALUMNOS**

Del 18 al 30 de Noviembre de 2013  
 “SABER COMPRAR, SABER RECLAMAR”



- DESTINATARIOS:** Escolares de **6º de Primaria**
- ASISTENTES:** **1040** alumnos pertenecientes a **20 centros** que se relacionan más adelante.
- EQUIPO RESPONSABLE:** **CALLE ACTIVA S.L**
- COORDINADORA:** M<sup>a</sup> 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, dotándoles de las herramientas específicas para reclamar en caso de fraude al consumidor.
- 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. Agustinas
2. Boscos
3. Bretón de los Herreros
4. Doctores Castroviejo
5. Duquesa de la Victoria
6. Gaunas
7. Gonzalo de Berceo
8. General Espartero
9. Jesuitas
10. Juan Yagüe
11. Madre de Dios
12. Maristas
13. Milenario de la Lengua
14. Obispo Blanco Nájera
15. Paula Montalt.
16. Rey Pastor
17. San Pío XII
18. Siete Infantiles de Lara
19. Varia
20. Vicente Ochoa

**PARTICIPAN: 20 CENTROS  
1040 Alumnos**



## SUBVENCIONES A ASOCIACIONES DE CONSUMIDORES AÑO 2013

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:

- ARCCO.....900 €
- INFORMACU RIOJA.....1.800 €
- UCR.....2.025 €
- ACIR.....900 €
- UNION DE CONSUMIDORES EUROPEOS DE LA RIOJA.....625 €

**TOTAL A SUBVENCIONAR:.....6.250 €**

Las Bases de concesión de subvenciones a asociaciones de consumidores se publicaron en el BOR N° 25 de 22 de febrero de 2.013.

## **CONCLUSIONES**

Tras el estudio desarrollado en esta memoria, de la actividad realizada por la OMIC en 2013, se pueden extraer las siguientes conclusiones:

- La demanda de **INFORMACIÓN Y MEDIACIÓN** se ha tenido que readaptar a los recursos humanos disponibles en este año, observando que el consumidor utiliza cada vez con mayor intensidad los medios incluidos en la web para realizar sus reclamaciones.
- El sector **SERVICIOS** continúa siendo el sector más demandado por el consumidor y tras las **TELECOMUNICACIONES** se observa una mayor incorporación de los consumidores al mercado libre en sectores como **GAS Y ELECTRICIDAD**.
- En **EDUCACIÓN** han participado 3022 alumnos en los 3 programas propuestos este año desde la OMIC, mejorando datos de años anteriores.
- Por último la entrada en vigor de la **Ley 5/2013** para la Defensa de los Consumidores en la Comunidad Autónoma de la Rioja, ha supuesto un nuevo impulso para la defensa de los consumidores, realizada por esta OMIC.