

Área de empleo y empresa

**Oficina Municipal
de Información al
Consumidor
(OMIC)**

Memoria 2014



Ayuntamiento de A Coruña
Concello da Coruña





ÍNDICE

| | |
|--|-----------|
| Presentación | 3 |
| Actuaciones de la OMIC | 5 |
| • Consultas | 10 |
| → Utilización y acceso al servicio | 10 |
| → Origen de los usuarios | 12 |
| → Evolución mensual | 15 |
| → Sectores de consumo | 18 |
| • Reclamaciones | 22 |
| → Evolución mensual | 22 |
| → Sectores de consumo | 23 |
| → Reclamaciones gestionadas | 29 |
| → Valoración económica | 46 |
| → Datos estadísticos | 48 |
| Publicaciones, Campañas y actividades | 52 |
| → Día del consumidor | 52 |
| → Programa anual de consumo | 53 |
| ○ Coruña Educa | 54 |
| ○ C. Cívicos y asociaciones | 59 |
| ○ Talleres Adultos | 60 |
| ○ Escuela de Verano 2014 | 62 |
| → Campaña OMIC Nos Barrios | 64 |
| La página Web | 65 |

Presentación

A lo largo del año 2014 la Oficina Municipal de Información al Consumidor que se encuentra dentro del Área de Empleo y Empresa del Ayuntamiento de A Coruña, ha venido desarrollando sus funciones de protección y promoción de los derechos de las personas consumidoras y usuarias del Ayuntamiento de A Coruña.

En la presente Memoria, se exponen todas las actividades que se han llevado a cabo a lo largo del año, a través del servicio municipal de consumo, que por medio de su Oficina Municipal de Información al Consumidor gestiona la atención de consultas y reclamaciones y las diferentes actividades centradas en al ámbito de la educación para el consumo.

A lo largo del 2014 ha realizado un total de 18807 actuaciones entre consultas y reclamaciones, potenciando de una forma directa el acceso de los ciudadanos al conocimiento de sus derechos como consumidores, y favoreciendo canales de ayuda para la tramitación de sus demandas como consumidores. En el análisis del presente documento podemos observar como ha ido evolucionando la inquietud de los consumidores, cuales son sus problemas más habituales y cual es el perfil del reclamante coruñés.

Asimismo el servicio ha prestado especial atención al desarrollo de los ciudadanos como consumidores responsables realizando diferentes actuaciones centradas en la formación de las personas consumidoras, generando especial interés y consolidándose como el año de mayor participación.

La protección de los consumidores y usuarios es una obligación de los poderes públicos, que aparece recogida en nuestra Constitución Española en su artículo 51, constituyéndose las Administraciones Públicas como la instancia más idónea para lograr la defensa y la protección de las personas consumidoras y cumplir así, con la función de servicio al interés público.

Actuaciones

Una de las funciones primordiales del servicio de consumo es la información y asesoramiento de las personas consumidoras, y la recepción de las reclamaciones de nuestro ámbito territorial, realizando la mediación entre los consumidores y las empresas, como paso previo a la presentación de una reclamación.

EL SERVICIO HA GESTIONADO A LO LARGO DEL 2014 17527 CONSULTAS QUE HAN DERIVADO EN 1280 RECLAMACIONES, PRESENTADAS EN LA OFICINA DE FORMA PERSONAL, O BIEN REMITIDAS A TRAVÉS DEL CORREO.

Consultas

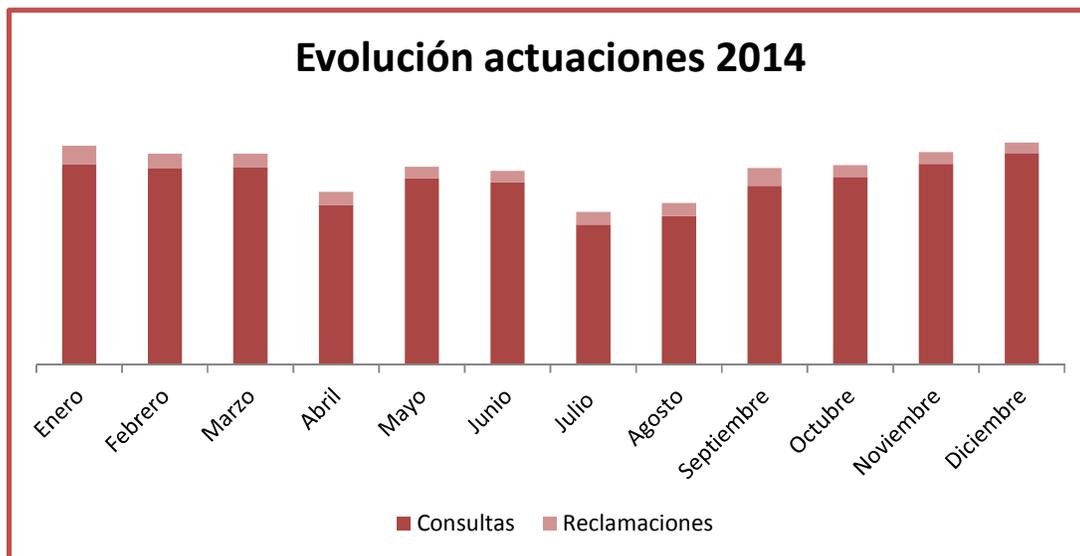
17527

Reclamaciones

1280



Con relación al año anterior se observa que se han atendido un 2,80 % menos consultas y gestionado un 5,11 % menos de reclamaciones.



Si analizamos estos datos con los datos del año anterior observamos que el descenso de reclamaciones es más acusado en abril, junio y octubre mientras que en relación a las consultas tienen su descenso más acusado en junio. El motivo fueron los procesos de reclamación por las participaciones preferentes y obligaciones subordinadas del año 2013. El ascenso más acusado se da en noviembre con una subida del 23 %.

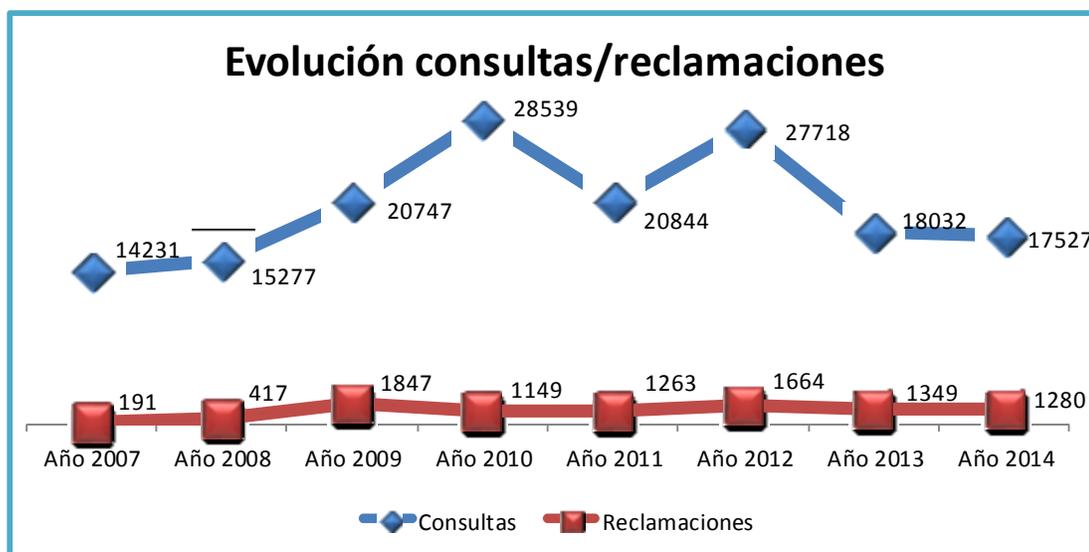
A continuación mostramos una gráfica donde se observa claramente la evolución de las actuaciones del servicio en los últimos años y se puede analizar la evolución de la actividad de la oficina.

También mostramos la evolución según la forma de acceso y podemos comprobar como la forma mas utilizada de acceso al servicio fue la presencial en las instalaciones de la OMIC.

A continuación, mostramos la evolución de consultas y reclamaciones de los últimos ocho años, donde se puede observar la importante demanda y utilización de los servicios de consumo por los ciudadanos de este ayuntamiento.

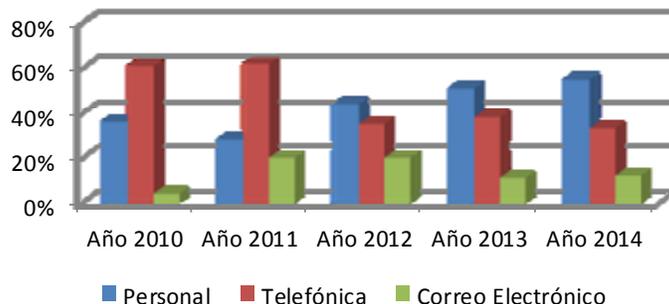
Evolución últimos años

| | Consultas | Reclamaciones |
|----------|-----------|---------------|
| Año 2007 | 14231 | 191 |
| Año 2008 | 15277 | 417 |
| Año 2009 | 20747 | 1847 |
| Año 2010 | 28539 | 1149 |
| Año 2011 | 20844 | 1263 |
| Año 2012 | 27718 | 1664 |
| Año 2013 | 18032 | 1349 |
| Año 2014 | 17527 | 1280 |



SOBRE LA EVOLUCIÓN DE LAS FORMAS DE ACCESO, A CONTINUACIÓN, MOSTRAMOS UN GRÁFICO CON EL PROCESO, OBSERVANDO QUE CONTINÚA LA TENDENCIA DE LOS DOS ÚLTIMOS AÑOS DE ATENCIÓN PERSONAL.

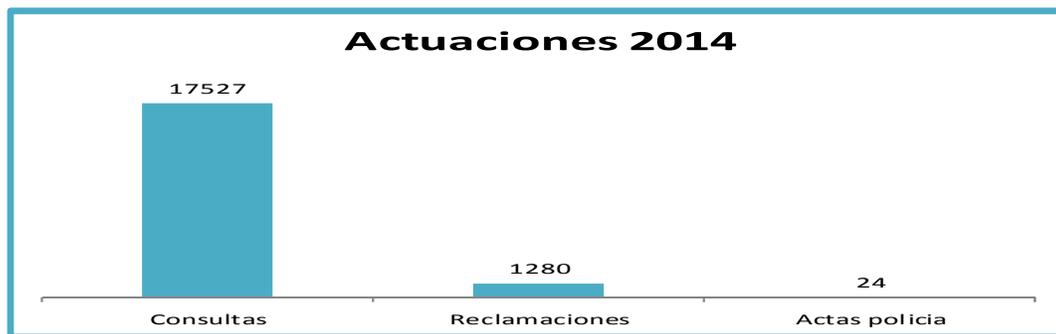
Evolución forma de acceso



Evolución de la forma de acceso períodos anteriores

En relación a este último año se puede observar que el volumen máximo de actuaciones se centró en la atención de consultas de las que resultaron un número importante de reclamaciones, en términos de proporciones cada catorce consultas generó una reclamación. Hay que destacar que un número importante de ciudadanos han sido derivados a sus respectivos servicios de consumo, ya que una parte de las consultas que más abajo detallamos, fueron formuladas por ciudadanos ajenos a este Ayuntamiento, o bien a los organismos competentes pues un 12,40 % de las consultas formuladas eran temas ajenos a consumo, como consultas de problemas entre particulares, comunidades de vecinos, o temas como transportes, sanidad, bienestar, cultura.... entre otros.

Actuaciones 2014



Las actuaciones totales de la OMIC este año fueron 18831
con el total de consultas, reclamaciones, DENUNCIAS Y
ACTAS DE LA POLICÍA LOCAL.

| Sector servicios | | |
|--|------------------|----------------------|
| | Consultas | Reclamaciones |
| Academias de Enseñanza | 65 | 7 |
| Agencias de Viajes | 93 | 15 |
| Agua | 185 | 40 |
| Alquiler automóviles | 24 | 7 |
| Alquiler vivienda | 293 | 3 |
| Banca/servicios financieros | 752 | 10 |
| Comercio electrónico | 322 | 16 |
| Electricidad | 3768 | 232 |
| Gas | 261 | 49 |
| Gasolineras | 8 | 0 |
| Internet | 555 | 13 |
| Otros | 2173 | 72 |
| Reparaciones automóviles | 95 | 4 |
| SAT Electrodomésticos | 116 | 23 |
| Seguros | 850 | 5 |
| Servicios a domicilio | 76 | 16 |
| Servicios de Intermediación Financiera | 61 | 10 |
| Servicios Hostelería | 67 | 10 |
| Servicios Postales | 20 | 4 |
| Servicios profesionales | 335 | 38 |
| Servicios Tarificación Adicional | 1195 | 85 |
| Telefonía Fija | 1203 | 152 |
| Telefonía Móvil | 2875 | 224 |
| Tintorerías | 29 | 5 |
| Transporte aéreo | 415 | 63 |
| Transporte Barco | 7 | 2 |
| Transporte ferrocarril | 14 | 2 |
| Transporte terrestre | 91 | 10 |
| Venta a distancia | 141 | 24 |

| Sector Productos | | |
|---------------------------------|-----------|---------------|
| | Consultas | Reclamaciones |
| Alimentación | 40 | 4 |
| Animales | 10 | 0 |
| Calzado y complementos | 64 | 12 |
| Compraventa de automóviles | 235 | 11 |
| Compraventa de vivienda | 41 | 0 |
| Electrodomésticos | 158 | 18 |
| Joyas | 30 | 7 |
| Juguetes y artículos infantiles | 14 | 0 |
| Material Eléctrico | 46 | 8 |
| Muebles | 131 | 13 |
| Otros | 47 | |
| Productos informáticos | 193 | 14 |
| Ropa | 76 | 11 |
| Teléfonos móviles | 353 | 41 |

Consultas

Utilización y acceso al servicio

La OMIC recibió a lo largo del año **17527 consultas**.

Las consultas planteadas responden a una variada problemática y van desde consultas sobre temas concretos de consumo hasta información sobre diferentes organismos y sobre la forma de actuar o dónde dirigirse. Las reclamaciones y las denuncias sin embargo están referidas exclusivamente a problemas que se les han planteado en sus relaciones de consumo, en las que surgen conflictos con empresarios o profesionales cuando adquieren productos o contratan servicios en su calidad de consumidores y usuarios.

Las consultas atendidas por el servicio, bajan un 2,80 %, manteniéndose prácticamente los niveles de atención del año 2013. Aún así este dato hay que

valorarlo teniendo en cuenta que en el año 2014 descienden las consultas relacionadas con los productos bancarios a sus niveles habituales, anteriores a la crisis generada por las preferentes y subordinadas, de hecho, la atención de este sector desciende a 4, 29 % dejando atrás el 21 % del 2012 y el 18,13 % del 2013.

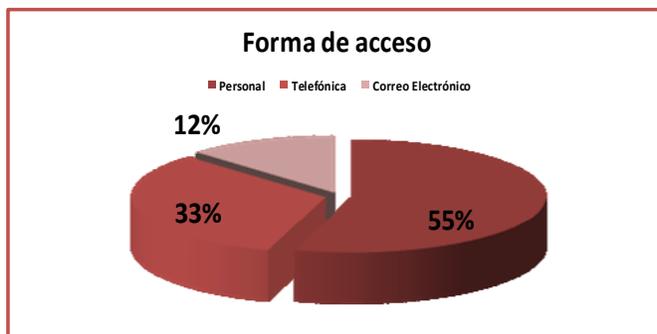
En cuanto a la forma de acceso al servicio, la OMIC ha recibido 9603 consultas personales en sus instalaciones, suponiendo esta la forma de acceso más demanda, lo que viene a confirmar la necesidad de los ciudadanos de contar con un organismo cercano a ellos, al que se puedan dirigir personalmente y resolver sus principales problemas como consumidores. Asimismo el teléfono y la atención a través del correo electrónico aunque en menor medida también reflejaron una importante demanda.

A continuación, se presenta un cuadro que muestra las consultas realizadas y la forma de acceso a los servicios de la OMIC:

Consultas: Acceso al Servicio

| | Total | Porcentaje |
|--------------------|-------|------------|
| Correo Electrónico | 2178 | 12 % |
| Personal | 9603 | 55 % |
| Telefónica | 5746 | 33 % |

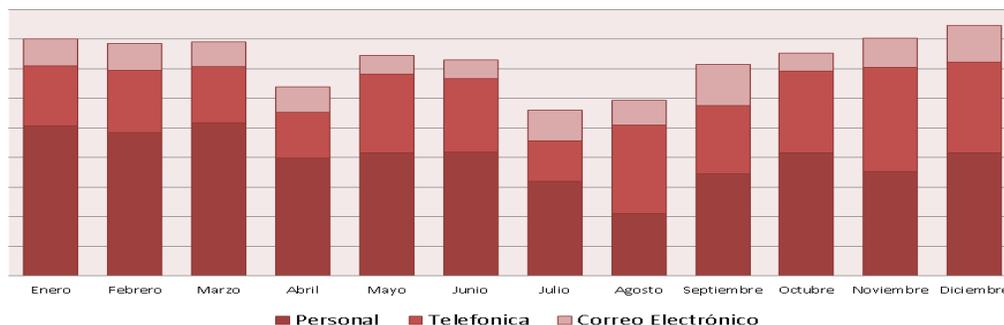
Así observamos como la tendencia a la utilización del servicio de forma presencial supone la forma de acceso más demandada, por lo que las personas consumidoras de nuestra ciudad siguen demandando una atención personal para la resolución de sus



dudas y conflictos.

Si tenemos en cuenta, la forma de acceso en la evolución mensual, observamos como la asistencia de usuarios en las instalaciones ha sido mayor en enero y en marzo.

Acceso al servicio. Evolución mensual de consultas



Acceso al servicio. Evolución año 2014

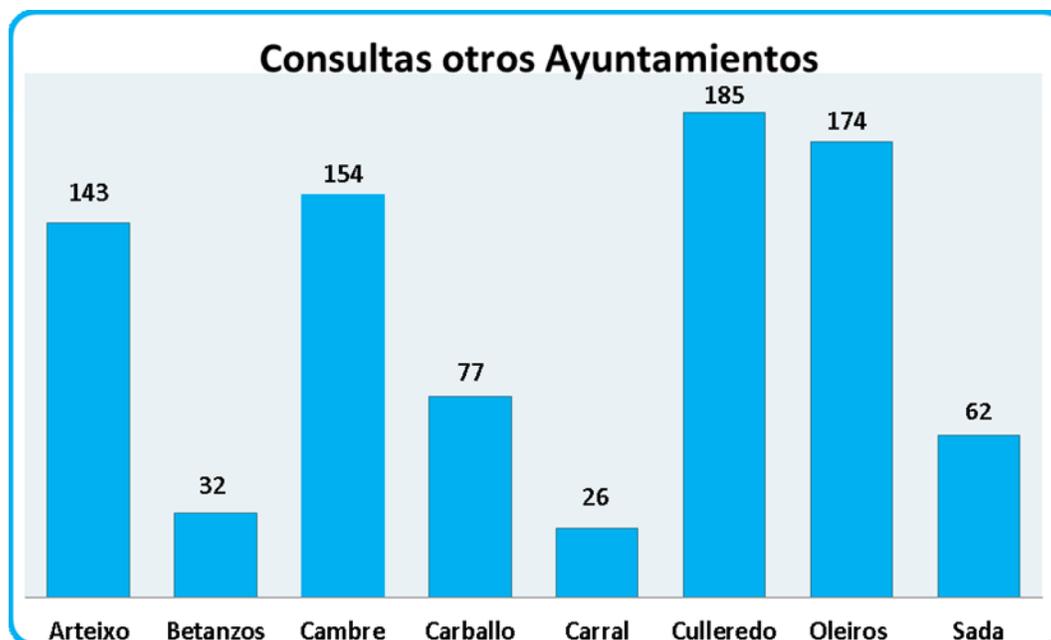
IGUAL QUE EN AÑOS ANTERIORES, LA ATENCIÓN EN LA OFICINA HA SIDO LA QUE SUPONE MAYOR ACTUACIÓN **POR PARTE DEL SERVICIO CON UN 55 %.**

Origen de los usuarios

Otro de los aspectos a tener en cuenta es el número de solicitudes de información que esta oficina recibe de ciudadanos que no corresponden a nuestro ámbito territorial y que acuden a solicitar información normalmente porque sus ayuntamientos no tienen Oficina de Información al Consumidor. A lo largo del año 2014 se han atendido, 1305 solicitudes de información, lo que supone un 8% de las consultas atendidas, de ciudadanos ajenos a nuestro término municipal. Sobre la procedencia van desde vecinos de ayuntamientos cercanos hasta ciudadanos de otras provincias y comunidades autónomas.

El 65% de estas consultas, pertenecen a vecinos de ayuntamientos cercanos, como Culleredo, Oleiros, Cambre, Arteixo, Carballo y Sada, un 25% son vecinos de ayuntamientos de la provincia de A Coruña, un 5 % tienen su localidad dentro de la

comunidad autónoma gallega, otro 4 % al resto de España y un 1% tienen su residencia fuera de España.



Usuarios Ayuntamientos cercanos no empadronados que accedieron al servicio

COMO PODEMOS OBSERVAR LAS PERSONAS CONSUMIDAS DE CULLEREDO, SON LOS QUE MÁS CONSULTAS VIENEN DEMANDANDO A ESTE SERVICIO, SITUACIÓN SIMILAR A AÑOS ANTERIORES, CON UN 14% DEL TOTAL, LE SIGUE OLEIROS Y CAMBRE CON UN 13 % Y UN 12 % RESPECTIVAMENTE.

Con relación al resto de localidades a continuación mostramos un gráfico que refleja los distintos lugares.

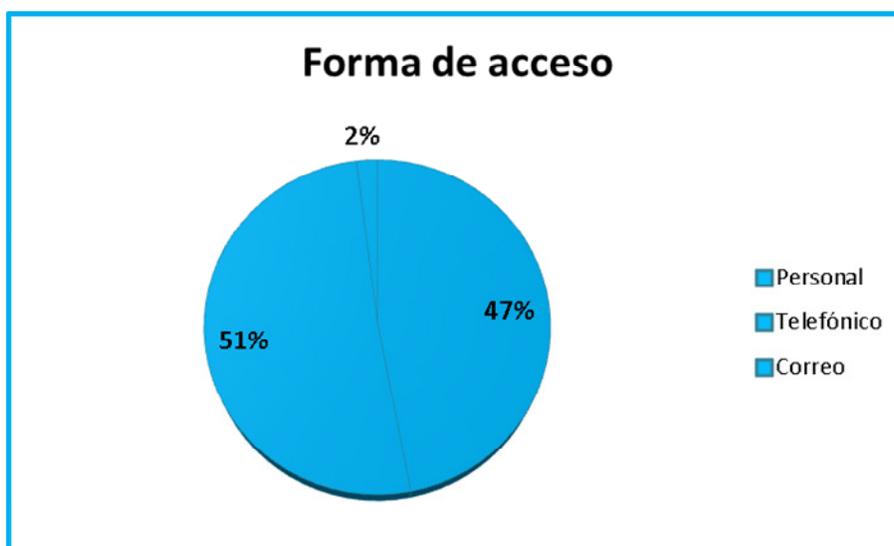
Estadística por localidades

| | | | | | |
|-----------------------|-----|-----------|-----|------------------------|-------------|
| Abegondo | 15 | Culleredo | 185 | Ortigueira | 4 |
| Aranga | 1 | Curtis | 6 | Oza dos Rios | 16 |
| Ames | 2 | Dumbria | 6 | Paderne | 4 |
| Arteixo | 143 | Fene | 9 | Paiosaco | 1 |
| As Pontes | 7 | Ferrol | 28 | Pontevedra | 2 |
| Arzúa | 4 | Fisterra | 6 | Porriño | 1 |
| Bergondo | 11 | Guitirriz | 3 | Ponteareas | 1 |
| Betanzos | 32 | Irixoa | 2 | Ponteceso | 10 |
| Boiro | 1 | Laracha | 22 | Pontedeume | 15 |
| Burela | 4 | Lousame | 2 | Pobla, A | 2 |
| Cabana de Bergantiños | 11 | Lugo | 16 | Ribeira | 2 |
| Camariñas | 2 | Malpica | 14 | Sada | 62 |
| Cambre | 154 | Mazaricos | 3 | Santa Comba | 4 |
| Cangas | 2 | Melide | 4 | Santiago de Compostela | 14 |
| Carballo | 77 | Miño | 16 | Santiso | 3 |
| Cariño | 1 | Monfero | 4 | Sarria | 1 |
| Carral | 26 | Monforte | 2 | Sobrado | 2 |
| Catoira | 1 | Muros | 1 | Trazo | 4 |
| Coiros | 2 | Muxía | 9 | Valdoviño | 1 |
| Cedeira | 4 | Narón | 8 | Vigo | 6 |
| Cee | 7 | Neda | 1 | Vilarmaior | 2 |
| Cerceda | 9 | Noia | 1 | Vilasantar | 4 |
| Cerdido | 2 | O Incio | 1 | Villalba | 2 |
| Cesuras | 1 | Oleiros | 174 | Vimianzo | 1 |
| Coristanco | 7 | Órdenes | 5 | Viveiro | 3 |
| Corme | 1 | Orense | 14 | Zas | 2 |
| Corrubedo | 1 | Oroso | 1 | | |
| Total Galicia | | | | | 1240 |



Situación geográfica de los usuarios que accedieron al servicio

Si tenemos en cuenta la localidad de residencia podemos observar como el origen del número de consultas más habituales proceden de la comunidad autónoma gallega pero también se han recibido consultas de otras comunidades autónomas e incluso de residentes de fuera de nuestro país, aunque tal y como refleja la gráfica anterior estas últimas suponen solo un 4 % de las consultas de los no residentes en nuestro municipio. Sobre la forma de acceso de los usuarios no empadronados, observamos que estos han preferido la vía de acceso directo al servicio de forma personal y solo un 4% menos de estos usuarios han preferido el acceso a través de la vía telefónica.



Porcentajes sobre la forma de acceso al servicio de usuarios no empadronados

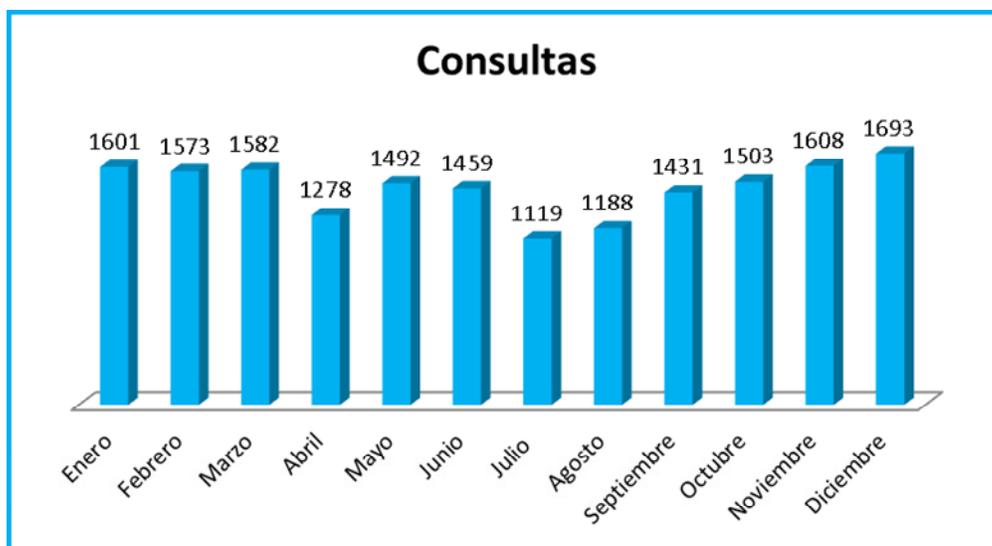
Evolución consultas

La OMIC, constituye el primer punto de referencia para todos aquellos vecinos de nuestra ciudad que desean obtener información sobre sus derechos como consumidores y usuarios en los diferentes sectores de consumo. A lo largo del 2014 se ha gestionado la atención y el asesoramiento de 17527 ciudadanos resolviendo

dudas y asesorándolos sobre la forma de proceder ante sus conflictos de consumo.

Los meses de Diciembre, Noviembre y Enero fueron los que registraron mayor afluencia de consultas, mientras que en julio y agosto desciende considerablemente la demanda, como en años anteriores, coincidiendo con el período vacacional.

Si observamos la evolución se puede comprobar que salvo los meses estivales todos los meses han superado las mil doscientas consultas mensuales, reflejando claramente los meses que suscitan mayor número de conflictos, de forma general todos los años, por un aumento de consumo, como la vuelta al cole, o las navidades, o situaciones especiales como este año, en el que los cambios normativos en materia eléctrica generaron muchas consultas en momentos puntuales, como el mes de octubre con la nueva facturación eléctrica.



EN ESTE AÑO, HEMOS ATENDIDO CERCA DE 18000 CONSULTAS (17527), SITUÁNDONOS EN PORCENTAJES SIMILARES AL AÑO ANTERIOR CON UN MÍNIMO DESCENSO, SITUADO EN TORNO AL 3%.

Como hemos visto las consultas personales fue la vía mas utilizada por los consumidores, aunque teniendo en cuenta, el uso, también destacado de los otros canales de comunicación.

La media diaria de atención ha sido en torno 73 consultas. El tiempo de espera aproximado, para los usuarios que se han desplazado a la oficina ha rondado los 10 minutos en un 80 % de los casos, y el tiempo medio de resolución varía dependiendo de la temática de la consulta.

**LOS PRINCIPALES TEMAS SOBRE LOS QUE
HEMOS OFRECIDO ASESORAMIENTO,
FUERON RELACIONADOS CON EL SECTOR
DE LAS TELECOMUNICACIONES (33,25 %)
Y ELECTRICIDAD (21,50%) SIGUIENDO LA
TENDENCIA DE AÑOS ANTERIORES.**

En el sector de las telecomunicaciones las consultas se centraron en incumplimientos de las ofertas, altas fraudulentas y cobro de servicios no contratados, en la electricidad, sin embargo los consumidores se quejaron por los importes facturados o los cortes de suministro sin comunicación previa, refacturaciones de períodos anteriores, o fallos en los aparatos de verificación entre otros.

El número de consultas del año 2014, desciende mínimamente en relación al 2013, concretamente un 2,80 %. Pero si tenemos en cuenta un sector específico observamos que en el sector de las consultas en materia bancaria la demanda desciende un 77 % en relación al año 2013. Hay que recordar que los dos años anteriores, destacaron fundamentalmente por consultas y reclamaciones en materia

financiera, debida a la problemática surgida con los productos financieros de riesgo.

Este año descienden estas consultas y la temática planteada gira en torno a comisiones bancarias, préstamos y cláusulas suelo.

Relacionando con años anteriores, se observa que el número de consultas del año 2014 es muy similar a los años 2013 y 2011, 2008 y 2009, por el contrario los años 2012 y 2010, los márgenes son superiores debido en el 2012 a los motivos indicados sobre determinados productos bancarios y en el 2010 varios sucesos en los que se vieron afectados miles de ciudadanos (cierre de una agencia de viajes, la desaparición de una compañía aérea, el cierre temporal de los centros deportivos de la ciudad, y cambios importantes en el sector del suministro eléctrico).

A continuación se refleja la evolución.



Evolución consultas últimos años

Sectores de consumo

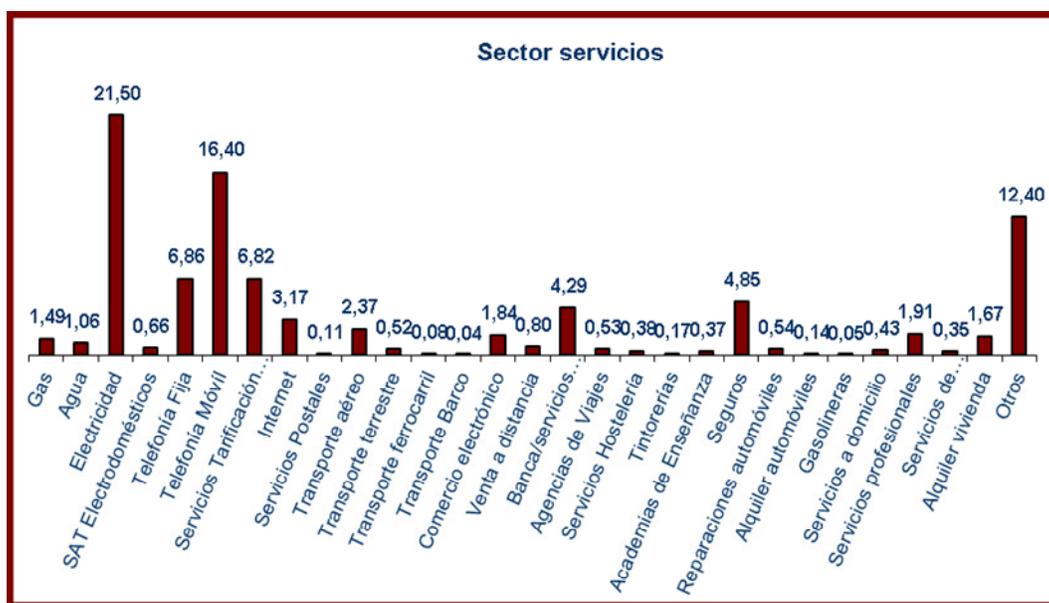
El sector que acumula más demanda de información, como en años anteriores continúa siendo el sector servicios, con un 91,80 % y dentro de este los suministros que engloba luz, gas, agua y comunicaciones, con un 57%, lo que supone un aumento del 23% con relación al año anterior del total de consultas mientras que el sector

productos supone un 9,08 % del total.

Tal y como indicamos más arriba, dentro del sector de los servicios la demanda de información sobre los servicios de telefonía ha supuesto un 33,25 % del total, constituyéndose una vez más en el primer lugar de los sectores más demandados, seguido de los suministros eléctricos con un 21,5 %.

El sector servicios generó 16089 consultas a lo largo del año

El sector servicios se consolida como el que más demanda de información genera, suponiendo el 91,80 % del total de consultas recibidas. Las consultas centradas en los suministros, luz, gas, agua, telefonía, servicios profesionales, comercio electrónico o transporte aéreo suponen sectores de especial conflictividad y enormes inquietudes para las personas consumidoras.



| Sector Servicios | | |
|--|--------------|--------------|
| Academias de Enseñanza | 65 | 0,37% |
| Agencias de Viajes | 93 | 0,53% |
| Agua | 185 | 1,06% |
| Alquiler automóviles | 24 | 0,14% |
| Alquiler vivienda | 293 | 1,67% |
| Banca/servicios financieros | 752 | 4,29% |
| Comercio electrónico | 322 | 1,84% |
| Electricidad | 3768 | 21,50% |
| Gas | 261 | 1,49% |
| Gasolineras | 8 | 0,05% |
| Internet | 555 | 3,17% |
| Otros | 2173 | 12,40% |
| Reparaciones automóviles | 95 | 0,54% |
| SAT Electrodomésticos | 116 | 0,66% |
| Seguros | 850 | 4,85% |
| Servicios a domicilio | 76 | 0,43% |
| Servicios de Intermediación Financiera | 61 | 0,35% |
| Servicios Hostelería | 67 | 0,38% |
| Servicios Postales | 20 | 0,11% |
| Servicios profesionales | 335 | 1,91% |
| Servicios Tarificación Adicional | 1195 | 6,82% |
| Telefonía Fija | 1203 | 6,86% |
| Telefonía Móvil | 2875 | 16,40% |
| Tintorerías | 29 | 0,17% |
| Transporte aéreo | 415 | 2,37% |
| Transporte Barco | 7 | 0,04% |
| Transporte ferrocarril | 14 | 0,08% |
| Transporte terrestre | 91 | 0,52% |
| Venta a distancia | 141 | 0,80% |
| Total | Total | 91,80 |

Si comparamos los resultados con los del año anterior vemos que el descenso más acusado ha sido el del servicios bancarios, mientras que se observa un aumento significativo de las consultas en materia de suministros eléctrico, y el comercio

electrónico que experimentan un aumento sobre su sector del 55 % y del 65% respectivamente con relación año anterior.

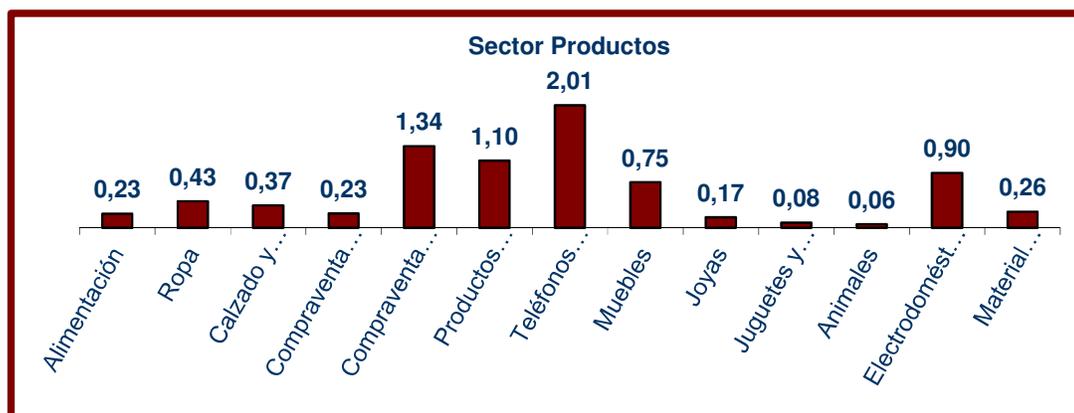


Sector servicios áreas con más demanda año 2014

Por otro lado y en relación a los productos las consultas relacionadas con productos supusieron el 8,20 % del total con 1438 consultas registradas.

En este sector, teléfonos móviles, productos informáticos, compraventa de automóviles, muebles y electrodomésticos, los productos objeto de mayor problemática entre las personas consumidoras, con dudas surgidas en el 90 % de los casos, en **materia de garantías, legal o comercial**.

EL SECTOR PRODUCTOS GENERÓ 1438 CONSULTAS



| Sector Productos | | | |
|---------------------------------|-----|-------------|---------------|
| Alimentación | 40 | 0,23 | 2,78 |
| Ropa | 76 | 0,43 | 5,29 |
| Calzado y complementos | 64 | 0,37 | 4,45 |
| Compraventa de vivienda | 41 | 0,23 | 2,85 |
| Compraventa de automóviles | 235 | 1,34 | 16,34 |
| Productos informáticos | 193 | 1,10 | 13,42 |
| Teléfonos móviles | 353 | 2,01 | 24,55 |
| Muebles | 131 | 0,75 | 9,11 |
| Joyas | 30 | 0,17 | 2,09 |
| Juguetes y artículos infantiles | 14 | 0,08 | 0,97 |
| Animales | 10 | 0,06 | 0,70 |
| Electrodomésticos | 158 | 0,90 | 10,99 |
| Material Eléctrico | 46 | 0,26 | 3,20 |
| Otros | 47 | 0,27 | 3,27 |
| Total | | 8,20 | 100,00 |

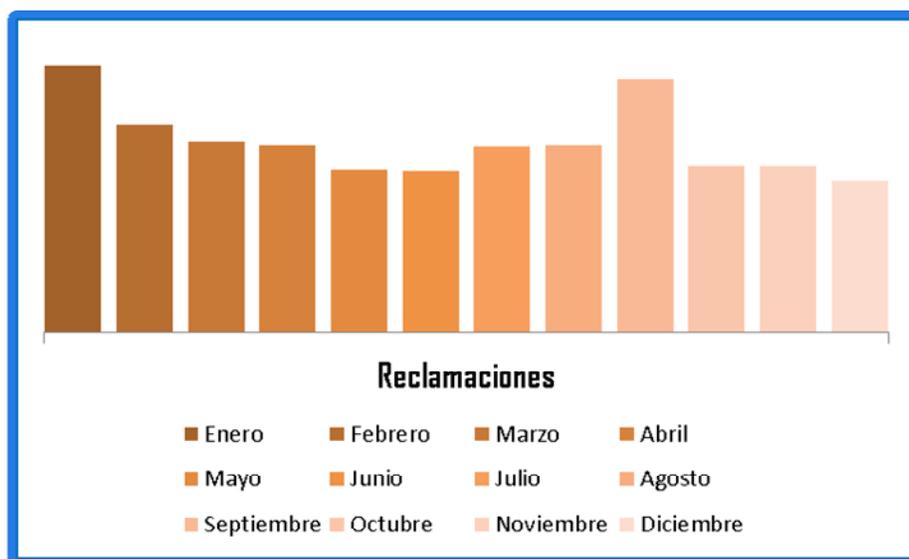
Reclamaciones

Evolución mensual

Por lo que se refiere a los asuntos gestionados por la Oficina Municipal de Información al Consumidor (OMIC) entre reclamaciones y denuncias, durante el año 2014 se ha tramitado un total de 1280 solicitudes un 5,11% menos que en el 2013.

A continuación reflejamos las reclamaciones y denuncias presentadas en la OMIC con la evolución mensual, donde se refleja que enero con un 11,65 % del total y septiembre con un 11,10 % son los meses que registraron mayor número de reclamaciones. En el lado contrario está el mes de diciembre que generó tan solo un 7 % de las reclamaciones presentadas a lo largo del año. Aún así y con la diferencia antes citada vemos como el volumen de reclamaciones presentadas mantiene unos

porcentajes muy similares a lo largo del año. Llama la atención que aunque el período estival si supone una bajada significativa de consultas, no ocurre lo mismo con las reclamaciones que mantienen sus porcentajes habituales.



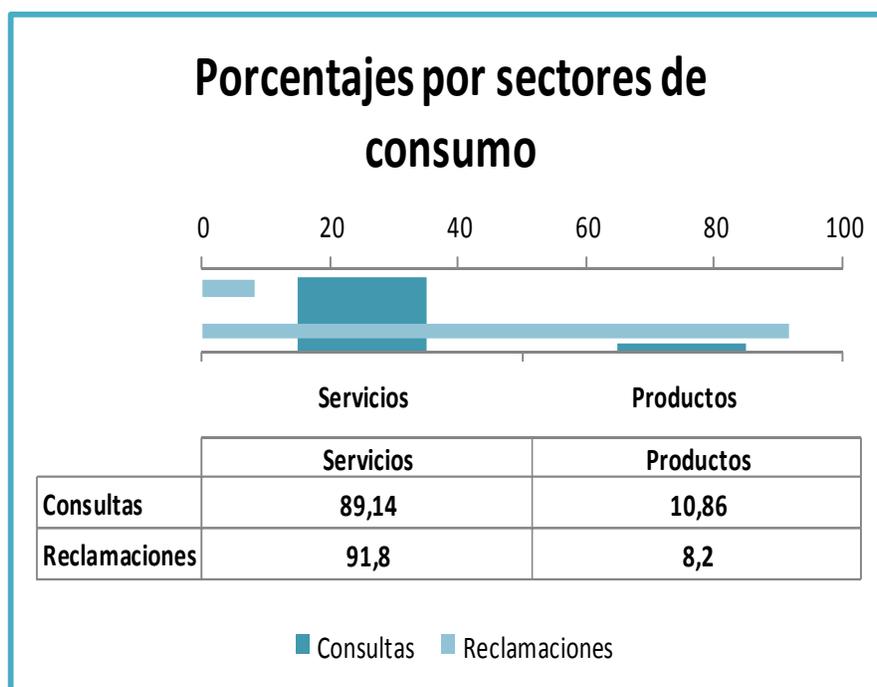
Evolución mensual de reclamaciones

Sectores de consumo

El sector que continúa generando mayor problemática y que registra los volúmenes más altos de reclamaciones presentadas continúa siendo el de los suministros, que abarca agua, electricidad, gas, y telecomunicaciones que supone el 62,13 % de reclamaciones presentadas, seguido por el transporte aéreo que supone el 4,92 % y las ventas a distancia que incluye el comercio electrónico con un 3,13 %

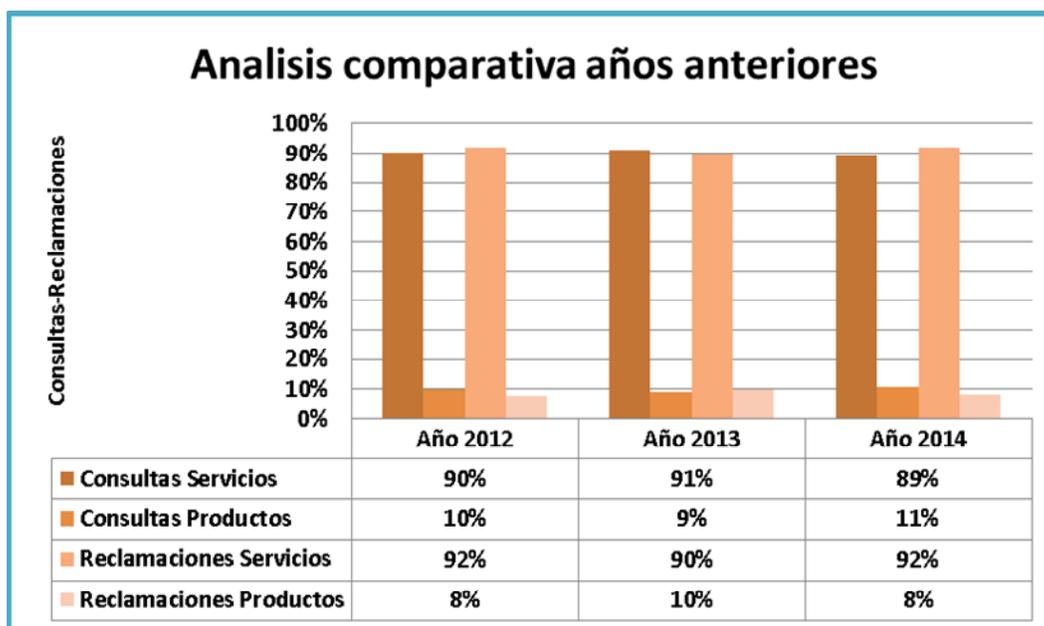
**LOS SUMINISTROS HAN SUPUESTO EL 62,13 %
DE RECLAMACIONES PRESENTADAS A LO
LARGO DEL AÑO.**

A continuación veremos las reclamaciones tramitadas por sectores y, observamos que coinciden los datos de consultas formuladas y reclamaciones presentadas pues un 89,14 % de las reclamaciones y un 91,80% de consultas, pertenecen al sector servicios y dentro de este un 62% (un 57 % en el de consultas) pertenecen al sector de los suministros que engloba luz, gas, agua y comunicaciones.



Asimismo observamos como el sector productos generó un 8,20 % de las consultas y un 10,86% de las reclamaciones.

Porcentajes que se mantienen similares a los obtenidos en los años anteriores, donde observamos como el sector servicios genera el volumen más alto.



Vemos que en este año suben ligeramente las consultas relacionadas con productos pero bajan las reclamaciones de este sector, y a la inversa en el sector servicios en el que bajan las consultas pero suben las reclamaciones, aunque los porcentajes son mínimos.

Por otro lado y centrándonos en el campo de las reclamaciones el año 2014, el sector de las telecomunicaciones ha supuesto en porcentajes el 37,04 % de reclamaciones tramitadas por este servicio, niveles ligeramente inferiores al año 2013 que generó el 40,91 %. Sin embargo si se observa una subida en las reclamaciones por suministros eléctricos con un 18,13 % frente al 17,49 % del 2013.

En cuanto a la estadística de reclamaciones por sectores los porcentajes del año 2014 fueron los siguientes:

SECTOR SERVICIOS

| | | |
|--|-------------|---------------|
| Academias de Enseñanza | 7 | 0,55% |
| Agencias de viajes | 15 | 1,17% |
| Agua | 40 | 3,13% |
| Alquiler de automóviles | 7 | 0,55% |
| Alquiler de vivienda | 3 | 0,23% |
| Banca/servicios Financieros | 10 | 0,78% |
| Comercio Electrónico | 16 | 1,25% |
| Electricidad | 232 | 18,13% |
| Gas | 49 | 3,83% |
| Gasolineras | 0 | 0,00% |
| Internet | 13 | 1,02% |
| Otros | 72 | 5,63% |
| Reparaciones de automóviles | 4 | 0,31% |
| SAT | 23 | 1,80% |
| Seguros | 5 | 0,39% |
| Servicios a domicilio | 16 | 1,25% |
| Servicios de intermediación inmobiliaria | 10 | 0,78% |
| Servicios Hostelería | 10 | 0,78% |
| Servicios Postales | 4 | 0,31% |
| Servicios Profesionales | 38 | 2,97% |
| Tarificación Adicional | 85 | 6,64% |
| Telefonía Fija | 152 | 11,88% |
| Telefonía Móvil | 224 | 17,50% |
| Tintorerías | 5 | 0,39% |
| Transporte Aéreo | 63 | 4,9%2 |
| Transporte Ferrocarril | 2 | 0,16% |
| Transporte por barco | 2 | 0,16% |
| Transporte Terrestre | 10 | 0,78% |
| Venta a distancia | 24 | 1,88% |
| Total | 1141 | 89,14% |

Las reclamaciones del sector servicios suponen casi el 90 % de las reclamaciones tramitadas a lo largo del año, con especial incidencia en las reclamaciones de suministro de electricidad y de telefonía móvil.

SECTOR PRODUCTOS

| | | |
|----------------------------|------------|---------------|
| Alimentación | 4 | 0,31% |
| Calzado y complementos | 12 | 0,94% |
| Compraventa de automóviles | 11 | 0,86% |
| Electrodomésticos | 18 | 1,41% |
| Joyas | 7 | 0,55% |
| Material Eléctrico | 8 | 0,63% |
| Muebles | 13 | 1,02% |
| Productos informáticos | 14 | 1,09% |
| Ropa | 11 | 0,86% |
| Teléfonos móviles | 41 | 3,20% |
| Total | 139 | 10,86% |

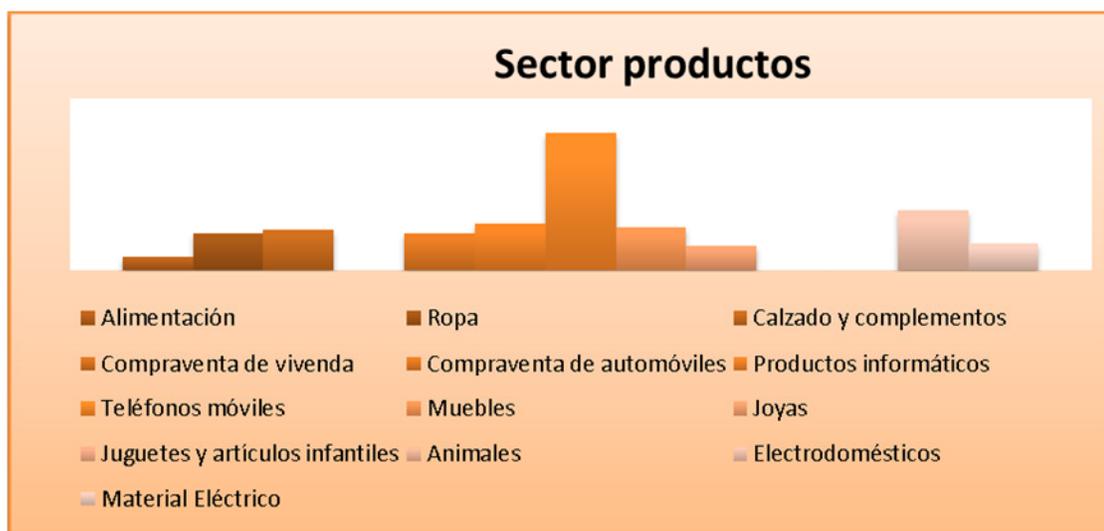
Dentro del sector de productos vemos como la mayor parte de reclamaciones pertenecen al ámbito de productos relacionados con las nuevas tecnologías, Tablet, portátiles, terminales móviles, televisiones y cámaras digitales, son los que generan mayor número de conflictos fundamentalmente por fallos en los productos e incumplimientos de la normativa de garantía.

Estas reclamaciones suman casi el 40 % de las reclamaciones de este sector, le siguen, el campo de reclamaciones por productos textiles, calzado y complementos supone el 16,54%, le siguen las reclamaciones relacionadas con electrodomésticos con un 12,95%, compras de mobiliario con un 9,35 % de reclamaciones del sector y la compraventa de automóviles que supone casi el 8%. Interesa llamar la atención que no se ha registrado ninguna reclamación por compra de vivienda.

Productos tecnológicos, suman el 40% de reclamaciones del sector productos, basadas en defectos del producto e incumplimientos de la normativa de garantías.



La electricidad y las telecomunicaciones con un 20, 53% y un 41,54% del sector servicios, suponen el volumen más importante de reclamaciones tramitadas dentro de este sector, seguidas del transporte aéreo que representa el 5,52 % del sector.



En el gráfico arriba reflejado se observa la importante diferencia entre los problemas derivados con teléfonos móviles y el resto de campos del sector.

Reclamaciones gestionadas

Una vez presentada la reclamación, se estudia y se procede con el trámite correspondiente. A lo largo del 2014 se han presentado 1280 reclamaciones.

El 89 % de las reclamaciones han sido tramitadas directamente por la OMIC y el 11 % restante son reclamaciones que o se han remitido por motivos de competencia específica o territorial directamente al organismo correspondiente, normalmente por existir procedimientos administrativos especiales de tramitación de reclamaciones ante organismos públicos con competencias en las correspondientes materias y/o reclamaciones que adolecían de los requisitos exigidos por la normativa y que previa solicitud de subsanación y/o mejora está no fue efectuada, por no existir ninguna irregularidad en materia de consumo.

Gestión reclamaciones

| | | |
|--|-------------|-------------|
| Gestión directa | 1136 | 89% |
| Archivo | 34 | 2,65% |
| Traslado a otro organismo sin mediación previa | 110 | 8,59% |
| Totales | 1280 | 100% |

El servicio de Consumo del Ayuntamiento de A Coruña, y en el ejercicio de la labor de mediación que ésta tiene asignada frente a las empresas reclamadas, ha impulsado actuaciones específicas con las principales empresas para agilizar la gestión de las reclamaciones a través de esta forma rápida de resolución de los conflictos, obteniendo resultados muy positivos tal y como se detallará mas abajo.

Tiempo de resolución

| | |
|--------------------------|---------|
| De 0-20 días | 6,44 % |
| De 21-60 días | 52,60 % |
| De más de 60 días | 40,96 % |

DE ACUERDO CON LOS DATOS OBTENIDOS EN UN ESTUDIO REALIZADO POR LA OMIC EL TIEMPO MEDIO DE RESOLUCIÓN DE LAS RECLAMACIONES EN UN 59 % SE ENCUENTRA EN MENOS DE 60 DÍAS NATURALES.

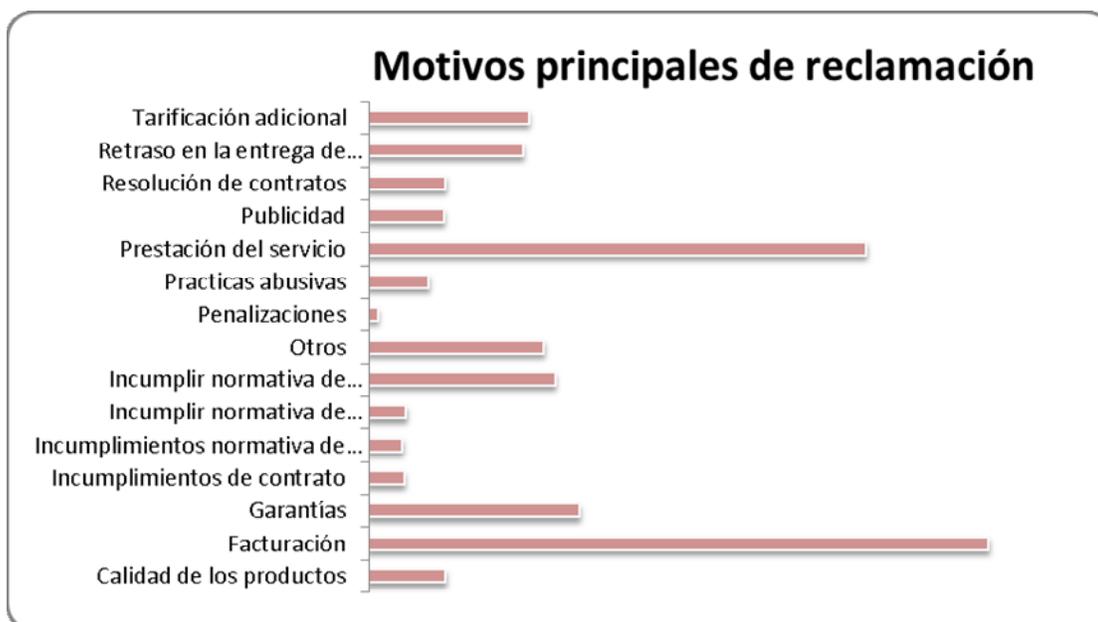
Asimismo la OMIC ha realizado la comunicación de la reclamación al reclamado en el 80,82 % de los casos en un plazo inferior a quince días, en el 8,85 % restante no han superado los veinte días y en un 10,63 % ha resultado imposible realizar la

comunicación, ya que la empresa se ha negado a recepcionarla o bien los datos facilitados de la misma resultaron incorrectos.

Por otro lado y en relación a los principales problemas que motivaron las reclamaciones que fueron tramitadas por la OMIC, estos varían según el sector, pero fundamentalmente los mas reclamados son, por facturación, con un 25,7 %, irregularidades en la prestación del servicio y garantías.

Motivos principales de reclamación

| | | |
|--|-------------|------------|
| Calidad de los productos | 41 | 3,2 % |
| Facturación | 329 | 25,7 % |
| Garantías | 112 | 8,8 % |
| Incumplimientos de contrato | 19 | 1,5 % |
| Incumplimientos normativa de precios | 18 | 1,4 % |
| Incumplir normativa de documentación | 20 | 1,6 % |
| Incumplir normativa de información | 99 | 7,7 % |
| Otros | 93 | 7,3 % |
| Penalizaciones | 5 | 0,4 % |
| Prácticas abusivas | 32 | 2,5 % |
| Prestación del servicio | 264 | 20,6 % |
| Publicidad | 40 | 3,1 % |
| Resolución de contratos | 41 | 3,2 % |
| Retraso en la entrega de producto o servicio | 82 | 6,4 % |
| Tarificación adicional | 85 | 6,6 % |
| Totales | 1280 | 100 |



Gráfica con los principales motivos de reclamación

Los problemas más recurrentes son, errores en la facturación, e incumplimientos en la prestación del servicio por lo que nos encontramos desde facturas con importes incorrectos, o conceptos facturados no contratados o incluso refacturaciones que corresponden a períodos anteriores. También se observa que los incumplimientos basados en las prestaciones de servicios suponen una de las causas más solicitadas por los usuarios, que van desde los incumplimientos de los servicios, hasta cumplimientos defectuosos o con condiciones totalmente diferentes a las contratadas, bien sea de contratos bien sea de calidad, cantidad, intensidad o naturaleza.

Otro incumplimiento bastante destacado es el de la normativa de información previa a suministrar al consumidor, de forma que se incumple la obligación de disposición de información clara y comprensible sobre determinados aspectos esenciales de los contratos.

También observamos, que aunque desciende en relación a años anteriores se sigue comprobando que existe un importante número de reclamaciones por incumplimientos a la normativa de garantías de forma que los vendedores no asumen sus

responsabilidades de cara a los consumidores sobre los productos que venden, aunque es importante recalcar que estos incumplimientos derivan mas de grandes almacenes que del pequeño comercio.

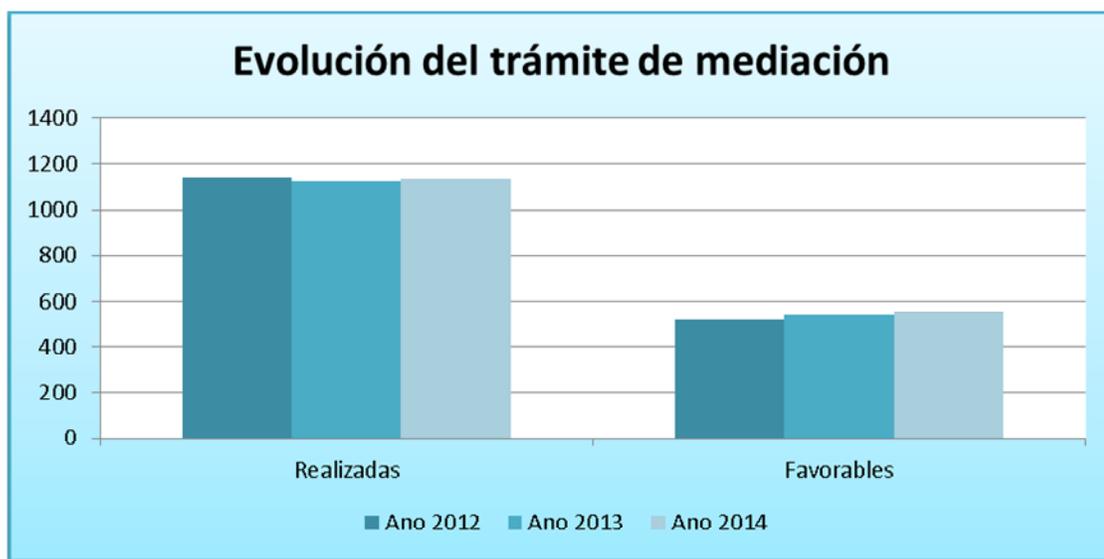
Los problemas con la documentación obligatoria, basada fundamentalmente en la entrega de hojas de reclamación suponen solo un 1, 6 % de las reclamaciones presentadas

MEDIACIONES

Dentro de las actuaciones gestionadas directamente por la OMIC se encuentra la tarea de la mediación que permite realizar la tramitación y resolución, si procede, a través de la mediación, de las reclamaciones intentando el acuerdo de las partes (consumidor/empresario) para someter la resolución del conflicto, de forma voluntaria, a este procedimiento. La recepción de las reclamaciones de los consumidores de nuestro ámbito territorial y la realización de la mediación entre los consumidores y las empresas de todas ellas, es requisito obligatorio para esta Administración según nuestra normativa autonómica.

De las reclamaciones presentadas, **1136, fueron tramitadas a través de la mediación**, un 89% del total de las presentadas en la OMIC, y casi un 1% más que las mediadas en el año 2013.

La mediación, supone la colaboración de ambas partes y es un útil instrumento para resolver conflictos, logrando generalmente un resultado justo y aceptable. La mediación implica, que en la OMIC, previa solicitud, tras analizar la reclamación se valore la viabilidad de iniciar o no el proceso conciliador.

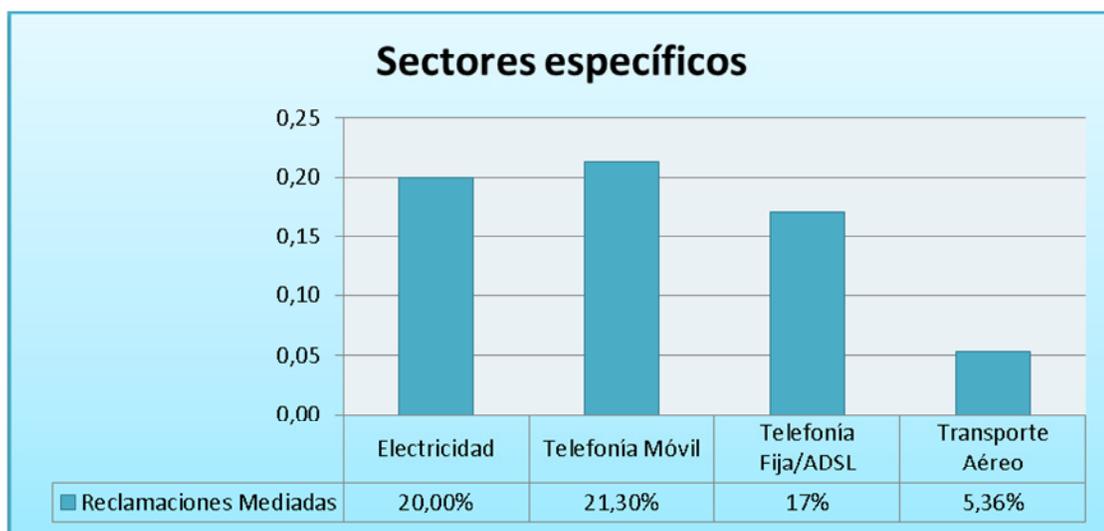


Porcentajes de evolución de reclamaciones con trámite de mediación

A continuación, el personal de la OMIC contactará por escrito, generalmente, con el comerciante, para conocer su posición sobre la posible rectificación de la cuestión, informándolo sobre los aspectos legales que pueden influir en esta y solicitándole si ofrece alguna vía de solución, o informarle de las que pueda proponer el reclamante.

Las distintas soluciones que pudieran surgir, se le trasladan al reclamante hasta lograr o no el acuerdo. El arreglo entre las partes se alcanza basándose en la ley.

Por sectores, seguimos la línea de evolución de años anteriores, las empresas de telefonía móvil las que recibieron más propuestas de mediación, siguiéndole las eléctricas, la telefonía fija, y el transporte aéreo. A continuación vemos los porcentajes teniendo en cuenta el número total (1136) de reclamaciones gestionadas por el trámite de mediación.



Gráfica de sectores con más mediaciones realizadas año 2014

En términos comparativos con el año anterior observamos que mientras que la electricidad se mantiene, la telefonía móvil desciende del 34,21 % al 21,30% y el transporte aéreo aumenta del 2,21 % al 5,36 %. Este último sector, que se había mantenido estable en los dos últimos años vuelve a aumentar en este último período.

DE ESAS 1136 RECLAMACIONES MEDIADAS, EN 555 SE OBTUVO UN RESULTADO POSITIVO CON ACUERDO ENTRE LAS PARTES, LO QUE VIENE A SUPONER QUE MAS DE LA MITAD DE LOS EXPEDIENTES GESTIONADOS DIRECTAMENTE POR LA OMIC TUVIERON UN RESULTADO POSITIVO PARA EL RECLAMANTE Y SU TRAMITACIÓN FINALIZÓ CON LA ACTUACIÓN DE LOS SERVICIOS MUNICIPALES DE CONSUMO.

ESTE DATO VIENE A SUPONER UN INCREMENTO DE UN 3 % EN RELACIÓN AÑO ANTERIOR.

A continuación mostramos una tabla con la gestión de tramitación de las mediaciones por sectores, diferenciando del total las que se han tramitado por esta vía, con el indicador de las resueltas directamente por la OMIC. Como vamos a poder observar, los sectores que arrojan los resultados mas positivos en relación al número de mediaciones realizadas son, Agua (100%), y Alimentación (100%) que se obtuvo resultado favorable en todas las mediaciones realizadas, le siguen Servicios de Asistencia Técnica (81,82%), y Electrodomésticos, (70,59 %) . Los peores resultados se observan en los Servicios de Hostelería o de Transportes.

Los resultados finales arrojan los siguientes resultados:

Mediaciones por Sectores 2014

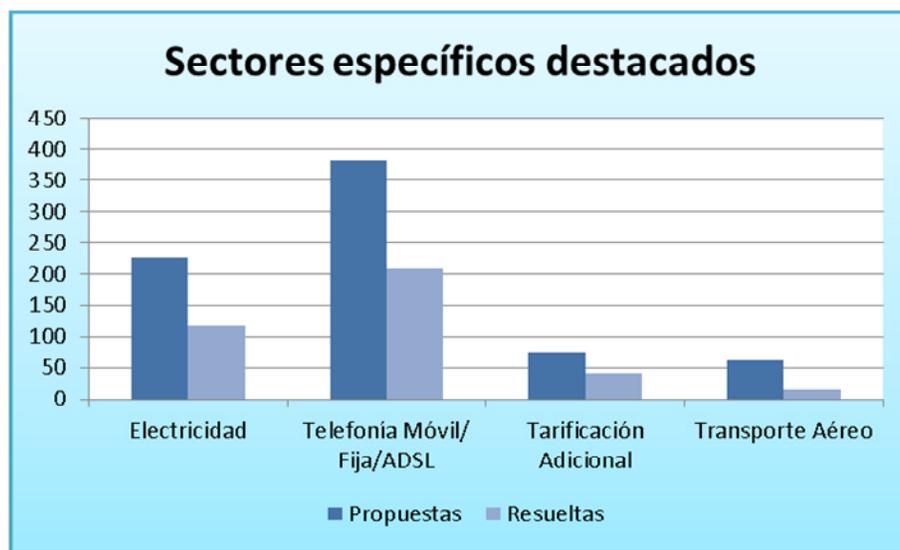
| | | Totales | Propuestas | Resueltas | % |
|------------------------|--|-------------|-------------|------------|--------|
| Servicios | Academias de Enseñanza | 7 | 7 | 3 | 42,86 |
| | Agencias de viajes | 15 | 11 | 4 | 36,36 |
| | Agua | 40 | 9 | 9 | 100 % |
| | Alquiler de automóviles | 7 | 6 | 2 | 33,33 |
| | Alquiler de vivienda | 3 | 3 | 1 | 33,33 |
| | Banca/servicios Financieros | 10 | 0 | 0 | - |
| | Comercio Electrónico | 16 | 16 | 7 | 43,75 |
| | Electricidad | 232 | 226 | 118 | 52,21 |
| | Gas | 49 | 49 | 24 | 48,98 |
| | Internet | 13 | 11 | 4 | 36,36 |
| | Otros | 72 | 25 | 9 | 36,00 |
| | Reparaciones de automóviles | 4 | 4 | 2 | 50,00 |
| | SAT | 23 | 22 | 18 | 81,82 |
| | Seguros | 5 | 0 | 0 | - |
| | Servicios a domicilio | 16 | 14 | 3 | 21,43 |
| | Servicios de intermediación inmobiliaria | 10 | 8 | 3 | 37,50 |
| | Servicios Hostelería | 10 | 10 | 0 | 0,00 |
| | Servicios Postales | 4 | 4 | 1 | 25,00 |
| | Servicios Profesionales | 38 | 38 | 14 | 36,84 |
| | Tarifificación Adicional | 85 | 74 | 41 | 55,41 |
| | Telefonía Fija | 152 | 148 | 85 | 57,43 |
| | Telefonía Móvil | 224 | 224 | 121 | 54,02 |
| | Tintorerías | 5 | 5 | 2 | 40,00 |
| | Transporte Aéreo | 63 | 61 | 15 | 24,59 |
| | Transporte Ferrocarril | 2 | 0 | 0 | 0,00 |
| | Transporte por barco | 2 | 1 | 0 | 0,00 |
| | Transporte Terrestre | 10 | 5 | 0 | 0,00 |
| | Venta a distancia | 24 | 24 | 12 | 50,00 |
| | Alimentación | 4 | 1 | 1 | 100,00 |
| | Calzado y complementos | 12 | 12 | 2 | 16,67 |
| | Compraventa de automóviles | 11 | 10 | 2 | 20,00 |
| | Electrodomésticos | 18 | 17 | 12 | 70,59 |
| | Joyas | 7 | 8 | 4 | 50,00 |
| | Material Eléctrico | 8 | 8 | 2 | 25,00 |
| Muebles | 13 | 11 | 6 | 54,55 | |
| Productos informáticos | 14 | 14 | 3 | 21,43 | |
| Ropa | 11 | 10 | 1 | 10,00 | |
| Teléfonos móviles | 41 | 40 | 24 | 60,00 | |
| Totales | | 1280 | 1136 | 555 | |

ACUERDOS. RESULTADO FAVORABLE PARA EL CONSUMIDOR.

De las 1280 reclamaciones presentadas se ha realizado mediación en 1136 con resultado positivo en 555, lo que supone el 50 % de reclamaciones resueltas.

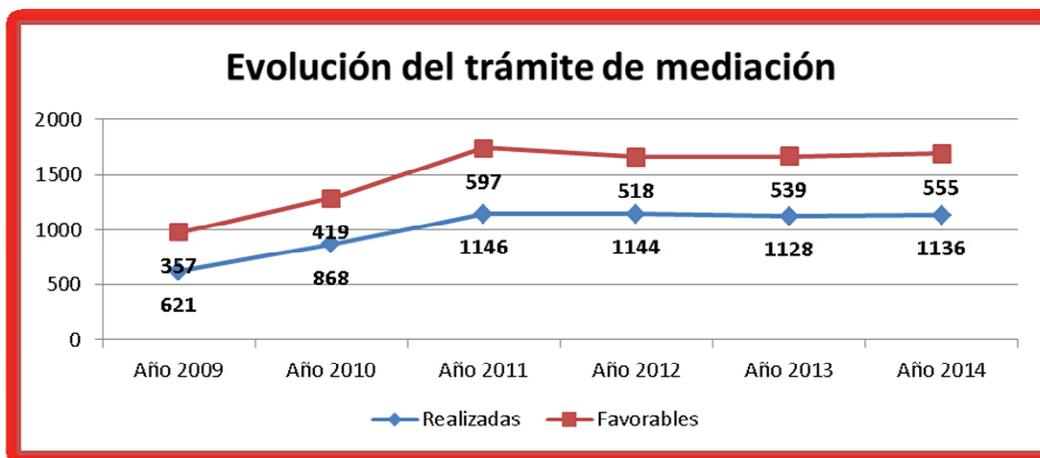
Las operadoras de telefonía y las eléctricas se muestran predispuestas al trámite de mediación logrando en cada uno de estos sectores superar el 50 % de mediaciones resueltas. Sin embargo las transportistas aéreas son el sector que menos predisposición ha mostrado a alcanzar acuerdos favorables para los consumidores.

Hay que tener en cuenta que salvo en suministro de agua, que depende del motivo de la reclamación, se ha mediado en el 98 % de las reclamaciones presentadas, y en todos los sectores.



La gestión del procedimiento de mediación a través de la OMIC, se consolida como el trámite más demandado por los consumidores y su evolución es patente. Es claro que la función más importante del servicio de consumo, además del de información, es la mediación y los consumidores, conscientes de las posibilidades que les ofrece el servicio municipal de consumo, acuden a la OMIC para intentar solucionar su problema a través de este procedimiento que se configura como el instrumento más adecuado en aras a lograr la satisfacción de sus intereses.

Las actuaciones de la Oficina de Consumo en la gestión de este trámite, son uno de los aspectos más destacables de este servicio.



Gráfica que refleja la evolución del procedimiento de mediación realizado en la oficina

Observamos que el número de expedientes mediados es similar al de los últimos cuatro años y el número de expedientes resueltos aumenta casi un 3% con relación al año anterior.



EXPEDIENTES REMITIDOS A LA JUNTA ARBITRAL (148)

La OMIC, efectuó la remisión a la Junta Arbitral de Consumo de Galicia 142 reclamaciones, cuya empresa denunciada, está adherida al Sistema Arbitral de Consumo, previa negativa de la empresa a la resolución por el procedimiento de mediación, o sin resultado favorable para el consumidor.

Asimismo se han remitido directamente a la Junta Arbitral, sin mediación previa seis expedientes, pues se trataba de solicitudes presentadas por consumidores ajenos a nuestro ámbito territorial.

Traslados Junta Arbitral de Consumo de Galicia

| | |
|-----------------------------|-----|
| Con Mediación Previa | 142 |
| Sin Mediación Previa | 6 |

Por sectores de consumo:



Gráfica por sectores de expedientes remitidos a la Junta Arbitral de Consumo de Galicia

Como se puede observar, el sector que mas solicitudes de arbitraje generó, fue el de la telefonía móvil, lo que viene también a indicar que las principales operadoras de telefonía están adheridas a la Xunta Arbitral de Consumo de Galicia para la resolución de sus controversias a través de este procedimiento de resolución de conflictos. Vemos que el sector de consumo que ofreció mayores niveles de reclamaciones es el

de las telecomunicaciones solo la telefonía móvil supuso el 43 % de expedientes.

TRASLADOS A OTROS ORGANISMOS NO MUNICIPALES (445)

Es función de la OMIC examinar las reclamaciones/denuncias para determinar la viabilidad de las mismas comprobando si existen indicios de presuntas infracciones. En el caso de que se aprecien irregularidades en materia de consumo se notifica al denunciante y se le da traslado de la misma al órgano competente para sancionar (IGC). En el 2014 el número de expedientes trasladados supuso solo un 35 %, del total de expedientes tramitados y de estos expedientes solo un 3 % no fueron tramitados por el procedimiento de mediación, fundamentalmente porque pertenecen a sectores con regulación específica como seguros o bancos o se trataba de consumidores ajenos a nuestro ámbito municipal

Expedientes trasladados a otros organismos

| | |
|--------------------------------|------------|
| Traslados con mediación previa | 403 |
| Traslados sin mediación previa | 42 |

A continuación se muestra un gráfico con las reclamaciones/denuncias trasladadas en el 2014 y el órgano de transmisión.

Traslados 2014

| Organismo | Nº |
|---|-----------|
| Agencia Estatal de Seguridad Aérea | 36 |
| Dirección General de Transportes | 5 |
| Instituto Galego de Consumo | 322 |
| Otras OMICs y Organismos de Consumo | 12 |
| Salud Pública (Delegación Provincial) | 2 |
| Secretaría General para el Deporte | 2 |
| Servicio Provincial de Turismo | 9 |
| Servicios del Defensor del Cliente (Entidades Aseguradoras y Bancarias) | 12 |
| SETSI | 44 |

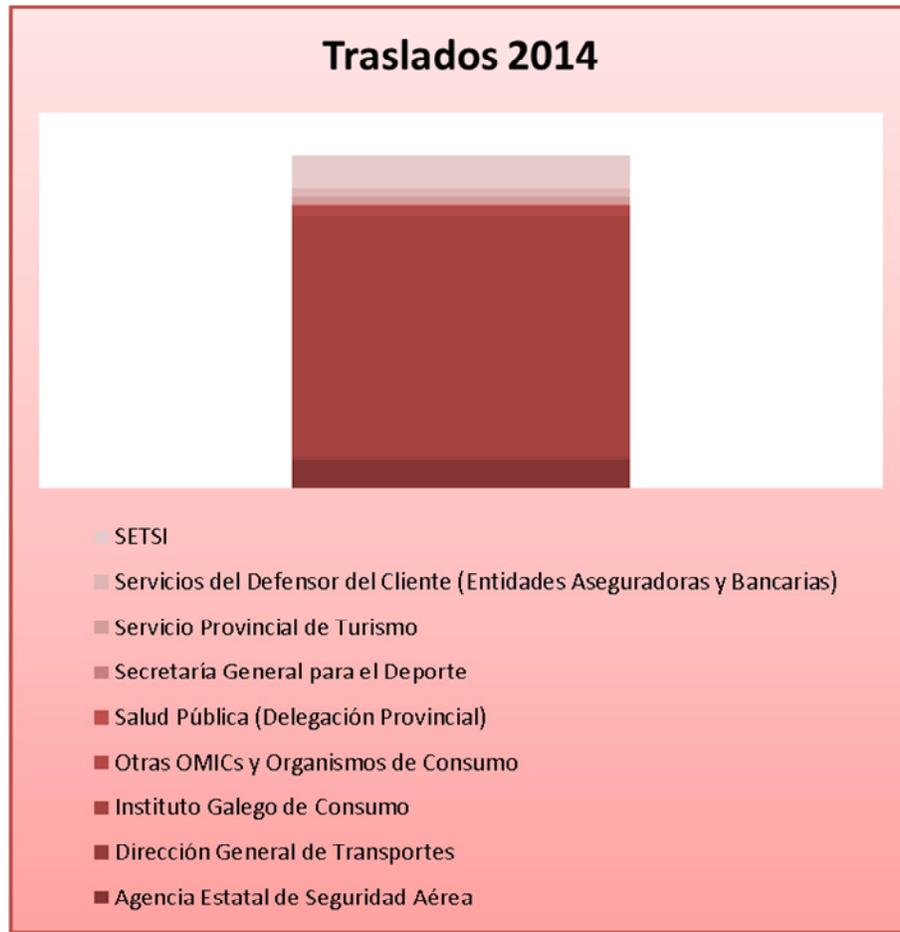


Gráfico con los traslados realizados en el 2014 por órgano de destino

El órgano, que recibió mayor número de traslados, fue sin duda el Instituto Galego de Consumo, en concreto un 72 % de las reclamaciones trasladadas, un 10 % menos que el año anterior, siguiéndole las reclamaciones remitidas a la SETSI y a la Agencia Estatal de Seguridad Aérea.

TRASLADOS A DEPARTAMENTOS MUNICIPALES (61)

Asimismo, y por otro lado, la OMIC trasladó 68 expedientes a otras dependencias municipales en función de la competencia específica, ya que no se trataba de reclamaciones competencia de este servicio de consumo, referidas a diferentes problemas surgidos en el ámbito de deportes, espectáculos o transportes, entre otros.



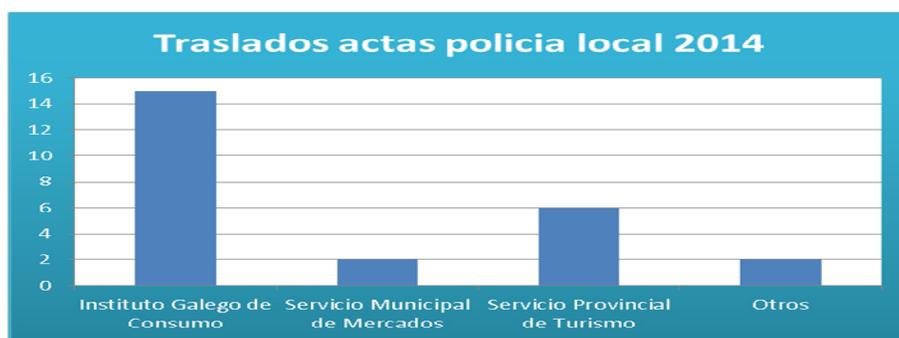
ACTUACIONES DE LA POLICÍA LOCAL

La policía local realizó una serie de actuaciones que fueron remitidas a esta OMIC, las mismas se basaron en la comprobación del cumplimiento de la normativa de consumo, en relación, fundamentalmente, a la existencia o no de hojas de reclamaciones, así como de carteles informativos de la existencia de las mismas, cuando son requeridos, estos servicios, por los consumidores.

Asimismo, levantó informes de servicio ante posibles hechos constitutivos de

infracciones en materia de consumo, informando a las partes, de la posibilidad de presentar una reclamación ante los órganos de consumo.

La policía realizó 24 actuaciones entre actas por carecer de hojas de reclamación y de carteles anunciadores e informes de servicio, remitidas por la OMIC, previa valoración, a los Servicios correspondientes en función de la materia, fundamentalmente Instituto Galego de Consumo y Servicio Provincial de Turismo, para iniciar si procediera expediente sancionador.



El número de actuaciones de la policía ha descendió un 45% en consideración al año anterior. La causa podría estar motivada en el conocimiento cada vez mayor de los empresarios de la ciudad de sus obligaciones de cara a los consumidores, fundamentalmente en el aspecto procedimental y de documentación, motivado por los diferentes procedimientos puestos en marcha por el Ayuntamiento para fomentar el conocimiento del sector empresarial de sus derechos y sus obligaciones de cara a los consumidores.

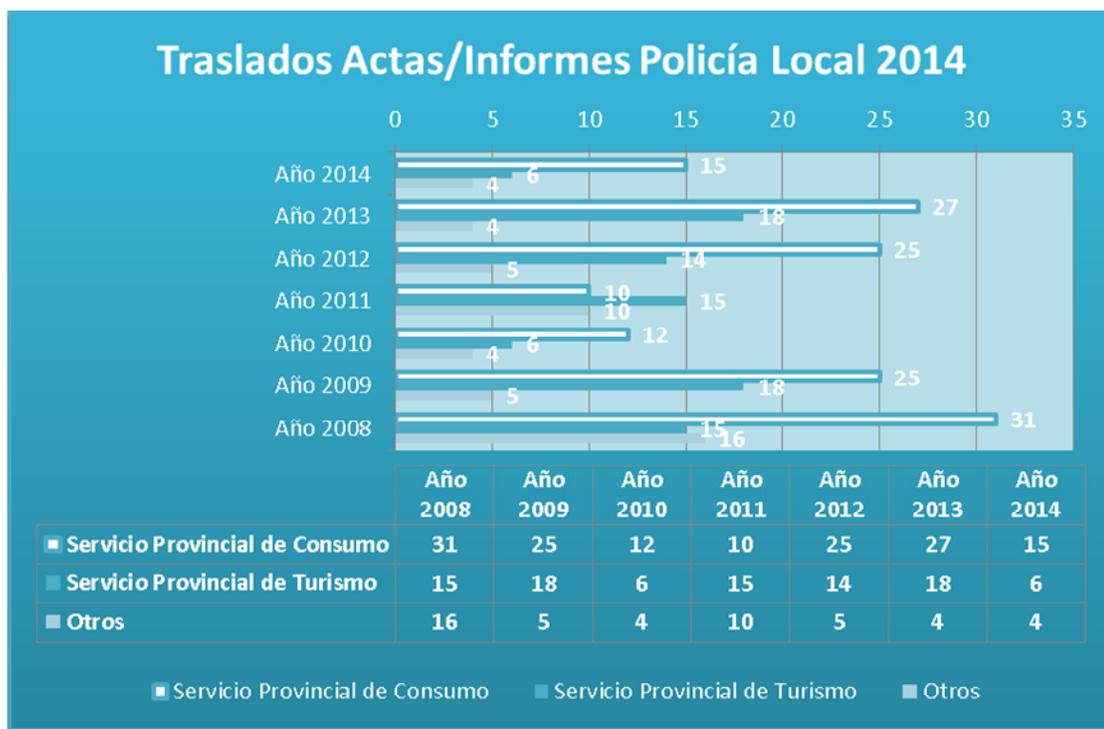
La causa mayoritaria de actuación por parte de la policía reside en la negativa por parte de los establecimientos a la entrega de hojas de reclamación a las personas consumidoras, lo que genera una fuente de conflictos que finalmente requieren la actuación de la autoridad.

Por sectores dividimos las actuaciones en los siguientes:



La actuación de la Policía Local ha ido evolucionando en los últimos años, mediante la estrecha colaboración entre los dos departamentos municipales de forma que las actas cumplan todos los requisitos necesarios para su correcta remisión a los diferentes organismos competentes para sancionar.

A continuación veremos una estadística de la tramitación de las actas e informes de la policía de los últimos años:

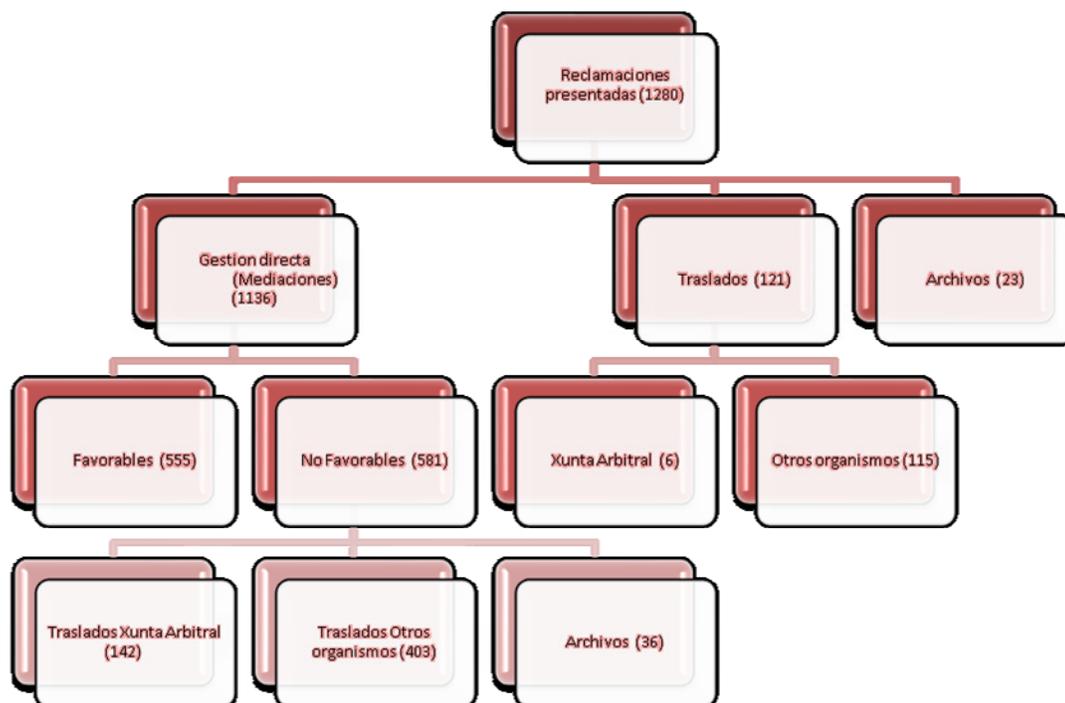


Tal y como se puede observar el descenso de actas es importante, resultando que el año 2014 fue uno de los que menos actos de la policía se han levantado por temas relacionados con los consumidores de los últimos años.

RESUMEN GESTIÓN DE LA OMIC

A modo de resumen vemos como la gestión de la OMIC ha estado centrada fundamentalmente en la gestión directa a través del procedimiento de mediación. El 89 % de las reclamaciones presentadas se ha gestionado directamente desde la OMIC y solo un 11 % de las reclamaciones presentadas no se tramitaron a través de la mediación. En un 50 % de los supuestos gestionados directamente el resultado fue

favorable y la gestión finalizó con la actuación de la OMIC.



De las reclamaciones no favorables se efectuó una remisión a la Junta Arbitral en un 11 % de las mismas otro 31 % se traslado a los organismos correspondientes en función de la competencia específica para sancionar y solo un 3 % se archivó.

Valoración económica de las reclamaciones

Asimismo en importes económicos el valor total de las reclamaciones presentadas ha sido de **315.989,58 €**. Se ha realizado mediación por un total de **280.237,31 €** y se ha resuelto favorablemente **109.704,82 €** que han sido devueltos a los consumidores.

Valoración económica

| | |
|--|-------------------------------|
| Importe total de las reclamaciones | 315989,58 |
| Importe de las gestionadas por mediación | 280237,31 |
| | Favorable 109704,82 |
| | No Favorable 170532,49 |

La valoración económica de las reclamaciones depende de muchos factores y no siempre aparece claramente definida, siendo en muchos casos una opción no contemplada por la persona consumidora que reclama una determinada actuación o una solución práctica a su problema que no pasa por valoraciones económicas.



Gráfica con la valoración económica de las reclamaciones presentadas a lo largo del 2014

Datos Estadísticos por Edades, Sexo y Formación

A continuación mostramos datos sobre el perfil del reclamante de nuestro término municipal, la muestra la hemos obtenido sobre la totalidad de usuarios que han presentado reclamaciones a lo largo del año:

EDADES

A continuación mostramos gráficos sobre el perfil de edad del reclamante:

| USUARIOS POR EDAD | Nº | PORCENTAJE |
|-------------------|-------------|-----------------|
| 0-20 años | 11 | 0,86 % |
| 21-39 años | 386 | 30,35 % |
| 40-59 años | 526 | 41,35 % |
| 60-79 años | 275 | 21,62 % |
| 80-99 años | 42 | 3,30 % |
| Desconocida | 32 | 2,52 % |
| | 1272 | 100,00 % |

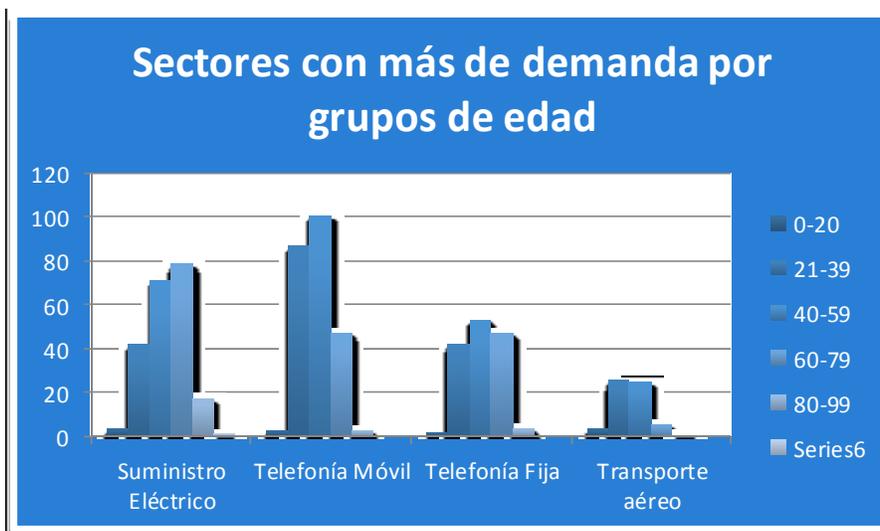
En porcentajes, la franja de edad que presenta mayor número de reclamaciones es el grupo que responde a personas entre cuarenta y cincuenta y nueve años de edad, igual que el año anterior con un 41,35 % de reclamaciones, le sigue con un 30 % la

franja de edad entre 21 y 39 años.



Usuarios por edad

Se destaca que en el grupo de 0-20 el sector más reclamado es el de suministro eléctrico y transporte aéreo, en el grupo de 21-39 destaca la telefonía móvil, en el grupo de 40-59 destaca igualmente la telefonía móvil, aunque se evidencia un número importante de reclamaciones del sector suministro eléctrico, mientras que el grupo de mayores de 60 destacan, las reclamaciones por suministro eléctrico muy por encima de los demás sectores reclamados.

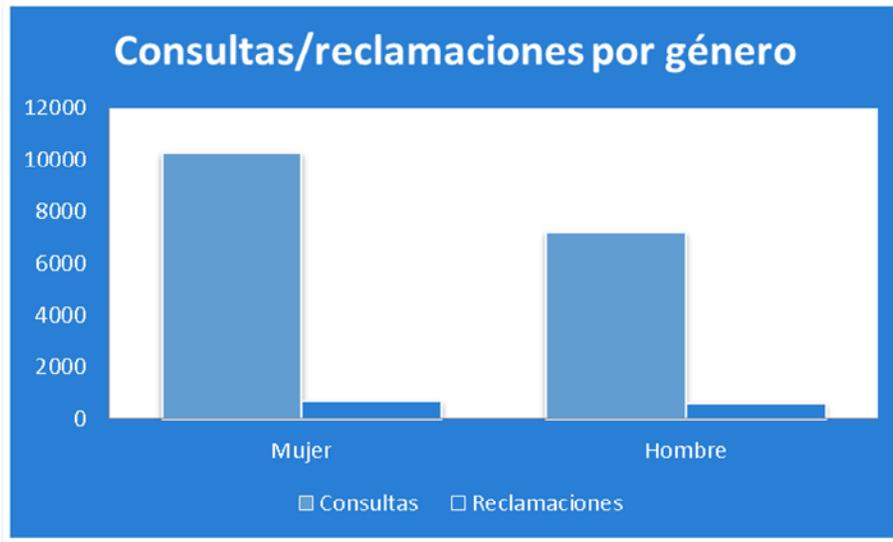


Sectores con más demanda de reclamación por grupos

SEXO

Teniendo en cuenta el factor género en relación a la presentación de reclamaciones, podemos concluir que se han registrado, 691 reclamaciones presentadas por mujeres

y 581 reclamaciones presentadas por hombres, las restantes fueron presentadas por personas jurídicas. Las mujeres han utilizado, al igual que en el año anterior en mayor medida, el servicio municipal de consumo, aunque observamos que la diferencia es mínima. Esta tendencia también se aprecia en las consultas formuladas que son superiores las demandas realizadas por el sexo femenino.



Observamos que el porcentaje de diferencia es mínimo mientras en las consultas las mujeres superan en un 17% a los hombres en las reclamaciones presentadas este porcentaje representa solo un 8% más.



Usuarios por sexo año 2014

En cuanto a la clasificación de sexos por grupos de edad a continuación mostramos una gráfica con los datos, en la que podemos comprobar que la diferencia entre uno y otro grupo es mínima.

NIVEL DE ESTUDIOS

A continuación mostramos el perfil del reclamante de la OMIC de este Ayuntamiento de A Coruña teniendo en cuenta su nivel de estudios.

Nivel de estudios

| | Mujeres | Hombres | Porcentajes |
|------------------|------------|------------|---------------|
| No sabe leer | 15 | 8 | 1,80 % |
| Estudios Básicos | 316 | 265 | 45,39 % |
| Bachiller/FP | 162 | 138 | 23,44 % |
| Diplomatura | 65 | 85 | 11,72 % |
| Licenciatura | 99 | 76 | 13,67 % |
| Desconocido | 34 | 9 | 3,36 % |
| | 691 | 581 | 99,38% |

El grupo más numeroso es del de Estudios Básicos, siguiéndole en número el de personas con FP, FP grado superior o Bachiller.

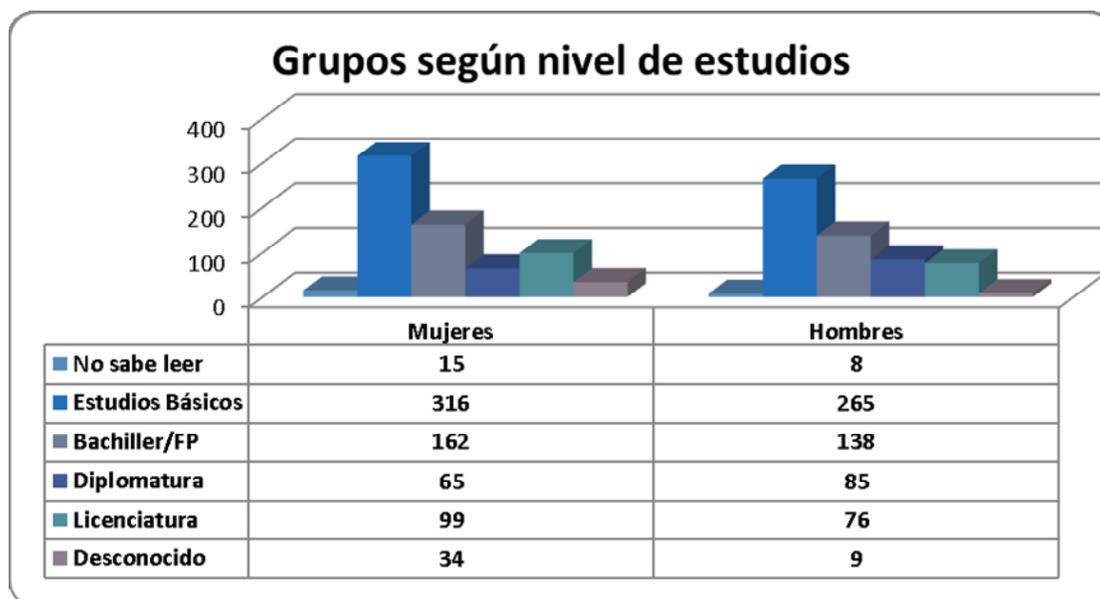


Gráfico por grupos con el criterio de nivel de estudios

En todos, salvo en el de Diplomaturas el grupo mas numeroso es el de las mujeres.

Publicaciones, Campañas y actividades



Campañas informativas: día del Consumidor

(15 de Marzo)

El Ayuntamiento, a través de la **Oficina Municipal de Información al Consumidor** (OMIC), instaló en el Obelisco una mesa informativa para resolver todas las dudas de los coruñeses en materia de consumo.

La iniciativa se organizaba con motivo del Día Mundial de los Derechos del Consumidor que se conmemoraba el sábado, 15 de marzo, y contó con la colaboración de las diferentes **asociaciones de consumidores** de la ciudad: la Asociación Provincial de Amas de Casa, la Asociación de Consumidores y Usuarios, y la Asociación de Usuarios de Bancos, Cajas de Ahorro y Seguros de Galicia (Adicae).

El punto de información estuvo abierto de 09.00 a 14.00 horas y se atendieron las preguntas de todos aquellos consumidores que solicitaron información sobre sus **derechos y obligaciones** en materia de consumo. Las cuestiones más demandadas fueron las quejas de los consumidores sobre la factura de la luz, temas relacionados con la telefonía, la banca o las compras por internet.



Programa anual de consumo

El servicio de Consumo del ayuntamiento entendiendo que en la educación para el consumo deben implicarse las Administraciones Públicas, Familia, Escuela, Asociaciones de Consumidores viene ofreciendo, talleres prácticos de consumo dentro de su función de Educación al Consumidor, a través de la OMIC (Oficina Municipal de Información al Consumidor). En el programa educativo se recogen actividades dirigidas a centros educativos, asociaciones de consumidores, vecinos, amas de casa, grupos de personas mayores y centros cívicos.

La acción formativa del año 2014 se englobó en cuatro grandes programas educativos:

La OMIC del Ayuntamiento de A Coruña desarrolló una oferta múltiple y adaptada a las necesidades específicas de los distintos colectivos y grupos diseñando en función de ello diferentes programas:

- **Coruña Educa**
- **Actividades para centros cívicos y asociaciones**
- **Talleres para adultos**
- **Programa de actividades de verano**

El programa del año 2014 ha centrado su actividad en la realización de actividades formativas dirigidas a distintos colectivos de consumidores, incluyendo una oferta diversificada y adaptada a sus destinatarios, fundamentalmente los colectivos de consumidores que, conforme a la normativa vigente, deben ser objeto de especial protección, es decir, escolares, discapacitados, y mayores.

Se realizaron los siguientes programas educativos:

CORUÑA EDUCA: Talleres de consumo desarrollados en ámbito del programa municipal de la Concejalía de Educación Coruña Educa 2013/2014 y Coruña Educa 2014/2015, que trató actividades educativas con temas básicos de la educación del consumidor de manera práctica e interactiva con los participantes. Dirigidos, exclusivamente al colectivo escolar, engloban todos los niveles del ciclo educativo desde la educación infantil al bachillerato. Las temáticas de los talleres fueron solicitadas por los centros en una oferta variada de 32 talleres distintos. La temática es la siguiente:

- Aprender a comprar
- Alimentación y consumo
- El consumo en casa
- Los productos de los más pequeños
- Consumo y medio ambiente
- Consumo y publicidad
- Derechos y deberes del consumidor

En el año 2014 se realizaron 337 talleres con una participación de 7710 niños/as.

El desarrollo y ejecución, se realizó en las instalaciones de la OMIC y en los propios centros educativos

| Actividades | |
|--|------------------|
| Nivel educativo | Nº participantes |
| Educación Infantil (EI) | 1690 |
| Educación Primaria Obligatoria (EPO) | 3239 |
| Educación Secundaria Obligatoria (ESO) | 2080 |
| Bachiller (Bach.) | 480 |
| Formación Profesional (FP) | 221 |
| TOTAL | 7710 |



EN RELACIÓN A LOS AÑOS ANTERIORES EL AUMENTO FUE ALTÍSIMO Y SUPONE EL DATO DE PARTICIPACIÓN MÁS ALTO REGISTRADO EN TODA LA HISTORIA DE LA OMIC.

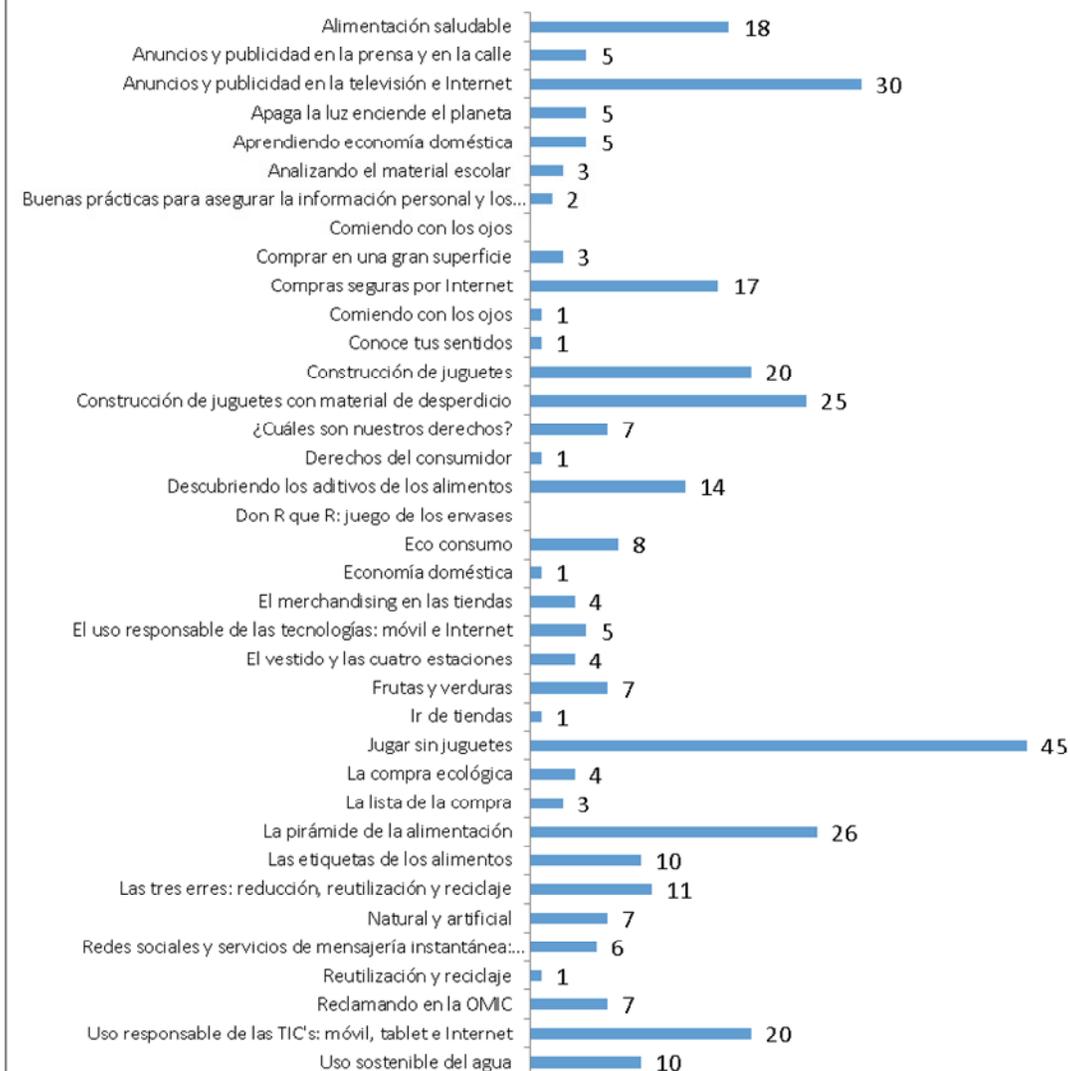
La participación aumenta un 61 % y el número de talleres realizados un 50 % en relación al año anterior.

En cuanto al interés que despertó cada uno de los talleres a continuación mostramos una tabla con el detalle de los talleres solicitados y realizados, y veremos que Jugar sin juguetes, Anuncios y publicidad en la televisión e Internet fueron los más demandados en las actividades centradas en los centros educativos en el 2014.

Talleres realizados año 2014

| Nombre taller | Nº |
|--|------------|
| Alimentación saludable | 18 |
| Anuncios y publicidad en la prensa y en la calle | 5 |
| Anuncios y publicidad en la televisión e Internet | 30 |
| Apaga la luz enciende el planeta | 5 |
| Aprendiendo economía doméstica | 5 |
| Analizando el material escolar | 3 |
| Buenas prácticas para asegurar la información personal y los datos de los dispositivos móviles | 2 |
| Comiendo con los ojos | |
| Comprar en una gran superficie | 3 |
| Compras seguras por Internet | 17 |
| Comiendo con los ojos | 1 |
| Conoce tus sentidos | 1 |
| Construcción de juguetes | 20 |
| Construcción de juguetes con material de desperdicio | 25 |
| ¿Cuáles son nuestros derechos? | 7 |
| Derechos del consumidor | 1 |
| Descubriendo los aditivos de los alimentos | 14 |
| Don R que R: juego de los envases | |
| Eco consumo | 8 |
| Economía doméstica | 1 |
| El merchandising en las tiendas | 4 |
| El uso responsable de las tecnologías: móvil e Internet | 5 |
| El vestido y las cuatro estaciones | 4 |
| Frutas y verduras | 7 |
| Ir de tiendas | 1 |
| Jugar sin juguetes | 45 |
| La compra ecológica | 4 |
| La lista de la compra | 3 |
| La pirámide de la alimentación | 26 |
| Las etiquetas de los alimentos | 10 |
| Las tres erres: reducción, reutilización y reciclaje | 11 |
| Natural y artificial | 7 |
| Redes sociales y servicios de mensajería instantánea: Seguridad y Privacidad | 6 |
| Reutilización y reciclaje | 1 |
| Reclamando en la OMIC | 7 |
| Uso responsable de las TIC's: móvil, Tablet e Internet | 20 |
| Uso sostenible del agua | 10 |
| Totales | 337 |

Talleres año 2014



En cuanto a los centros solicitantes a continuación mostramos una tabla con los centros solicitantes y el número de talleres realizados:

Nº Talleres por centro escolar

| Centro Educativo | Nº |
|--|------------|
| CEEPR Nosa Señora de Lourdes-Aspronaga | 3 |
| CEIP Alborada | 18 |
| CEIP Anxo da Guarda | 2 |
| CEIP Montel Touzet | 4 |
| CEIP Ramón de la Sagra | 4 |
| CEIP Rosalia de Castro | 1 |
| CEIP Sagrada Familia | 15 |
| CEIP Sal Lence | 4 |
| CEIP San Pedro de Visma | 8 |
| CEIP Sanjurjo de Carricarte | 4 |
| CEIP Victor López Seoane | 2 |
| CEIP Wenceslao Fernández Flórez | 13 |
| Centro López y Vicuña | 4 |
| CIFP Anxel Casal | 7 |
| Club Juvenil Finisterre | 1 |
| CPR Calasanz | 44 |
| CPR Cid | 7 |
| CPR Compañía de María | 9 |
| CPR Esclavas del Sagrado Corazón | 26 |
| CPR Montegrande | 7 |
| CPR Padres Franciscanos | 18 |
| CPR Salesiano San Juan Bosco | 6 |
| EIM Arela | 3 |
| EIM Carricanta | 5 |
| EIM Monte Alto | 3 |
| Escola Infantil PSN Bicos | 3 |
| IES A Sardiñeira | 7 |
| IES Agra del Orzán | 7 |
| IES Elviña | 7 |
| IES Eusebio da Guarda | 6 |
| IES Fernando Wirtz Suárez | 24 |
| IES Monelos | 24 |
| IES Monte das Moas | 10 |
| IES Rafael Puga Ramon | 10 |
| IES Ramón Menéndez Pidal | 21 |
| Total | 337 |

Sesiones formativas desarrolladas en los centros cívicos, y Asociaciones para adultos y niños/as

Son acciones formativas de una hora o hora y media de duración desarrolladas en los centros cívicos y adaptadas a los diferentes colectivos que de una forma práctica combinan aspectos lúdicos y didácticos y enseñan diferentes aspectos del consumo.

En el 2014 se desarrollaron un total de 32 talleres en 14 centros cívicos con un total de 430 participantes.

Los Centros que participaron fueron los siguientes:

- Centro Cívico de Eiris
- Centro Cívico de Labañou
- Centro Cívico de Os Rosais
- Centro Cívico de Santa Lucía
- Centro Cívico Artesanos
- Centro Cívico de Elviña
- Centro Cívico San Diego
- Centro Cívico Monelos
- Centro Cívico Novo Mesoiro
- Centro Cívico Mallos
- Centro Cívico San Pedro de Visma

- Centro Cívico Castrillón
- Centro Cívico A Silva
- Centro Cívico Palavea

En cuanto a la temática estos fueron los talleres demandados por este colectivo:

Talleres Centro Cívicos

| Actividad | Talleres | Participantes |
|---|-----------------|----------------------|
| ¿De dónde vienen las cosas? | 1 | 10 |
| Alimentación saludable | 2 | 23 |
| Anuncios y publicidad en televisión e Internet | 1 | 18 |
| Construcción de juguetes con material de deshecho | 1 | 20 |
| Consumo responsable de medicamentos | 2 | 16 |
| Don R que R: el juego de los envases | 1 | 13 |
| El vestido y las cuatro estaciones | 1 | 10 |
| Entendiendo la factura de la luz: qué pagamos cuando encendemos una lámpara | 8 | 133 |
| Frutas y verduras | 2 | 8 |
| Jugar sin Juguetes | 4 | 75 |
| Las tres erres: reducción, reutilización, reciclaje | 1 | 10 |
| Los productos del hogar | 1 | 5 |
| Productos bancarios y banca ética | 1 | 5 |
| Redes Sociales (Facebook, Twitter, Google +) y mensajería instantánea. | 1 | 12 |
| Uso responsable de las TIC'S: Móvil, Tablet e Internet | 4 | 62 |
| Uso sostenible del agua | 1 | 10 |
| Totales | 32 | 430 |

Sesiones formativa para adultos. Son acciones formativas de una hora y media de duración aproximadamente que, bajo el formato de charla apoyada con medios audiovisuales y posibilidad de coloquio, se aclaran aspectos básicos del consumo.

El programa formativo para adultos, que se integra dentro del **Programa anual de Formación** en consumo, tuvo una importante demanda, basado fundamentalmente en

la temática del mismo, centrando los talleres en aspectos que preocupan a los consumidores, sobre los que busca asesoramiento y a través de los cuales se facilitaron fórmulas para conseguir ahorro en la gestión de sus economías **y mejorar la calidad de vida de** los hogares.



Una de las charlas-taller del programa Adultos 2014.

En los talleres centrados en el aspecto financiero contamos con la participación de **ADICAE** que impartió de forma gratuita dos de los talleres, el de la hipoteca y como evitar el sobreendeudamiento.

Se impartieron nueve charlas a las que asistieron 151 personas.

Se impartieron en las instalaciones de la OMIC de marzo a junio y la oferta se estableció en nueve bloques temáticos:



- **Compras seguras por Internet (7 de marzo)**
- **Buenas prácticas y seguridad en las redes sociales y servicios de mensajería instantánea (21 de marzo).**
- **Sensibilización sobre el uso seguro de Internet y dispositivos móviles por los menores (11 de abril)**
- **Uso seguro de Internet y dispositivos móviles (25 de abril)**
- **Mi hipoteca: Conocerla y Gestionarla (23 de mayo)**
- **La nueva factura de la luz (30 de mayo)**
- **El sobreendeudamiento: cómo conocerlo y como gestionarlo (6 de junio)**
- **Como reducir los gastos de los suministros básicos (13 de junio)**
- **Economía y ahorro en el hogar (20 de junio)**

Escuela de Verano 2014

A lo largo del mes de julio se desarrolló el programa formativo de verano centrado en niños entre 4 y 10 años, del que se ofertaron un total de 100 plazas, cubiertas en su totalidad.



LA CONCEJALA RESPONSABLE DE CONSUMO, LUISA CID PRESENTANDO EL PROGRAMA FORMATIVO EN JUNIO DEL 2014

Los talleres de este programa se centraron en realizar actividades para concienciar a los más pequeños de la importancia de la responsabilidad en el consumo de forma

que adquieran hábitos para ser consumidores responsables y comprometidos.

EL ITINERARIO FORMATIVO TENÍA UN OBJETIVO PRIMORDIAL: APRENDER JUGANDO

Los niños aprendieron a elaborar desde sales de baño con esencias o jarabes de frutas hasta papel reciclado artesanal, cometas de papel de periódico y caretas con cartón reutilizado. El programa incluyó apartados como energías renovables y visitas al mercado municipal y al monte de San Pedro.



LOS NIÑOS DE COMPRAS EN EL
MERCADO DE SAN AGUSTÍN, DONDE
DISFRUTARON VIENDO Y
COMPRANDO PRODUCTOS FRESCOS.

Los cursos se desarrollaron del 30 de junio al 1 de agosto en horario de 10.00 a 13.30 horas para niños de entre 4 y 10 años. El programa oferta un total de 100 plazas que se distribuyeron entre el 30 de julio y el 1 de agosto en cuatro turnos de 25 plazas cada uno. La duración de cada uno de los talleres fue de cinco días

Para la ejecución del programa educativo "Escuela de verano del pequeño consumidor", desarrollamos acciones de animación y educación en el terreno de la protección y defensa de los consumidores y usuarios, entendida como un proceso de intervención en el ámbito municipal.



Campaña informativa OMIC Nos Barrios

La OMIC del Ayuntamiento de A Coruña desarrolló una campaña en la calle durante el mes de agosto acercándose a los consumidores de toda la ciudad, a través de diferentes puntos informativos

Se colocaron puntos de atención, durante todo el mes, en diferentes zonas y barrios de la ciudad para atender las dudas de todos los ciudadanos relacionadas con sus derechos como consumidores de forma personal.

Se colocaron puntos de información de la OMIC en diferentes barrios informando de forma directa a los ciudadanos que se acercaron al stand portátil de la OMIC al tiempo que se suministró información relativa a distintos aspectos relacionados con el consumo y con nuestros derechos.

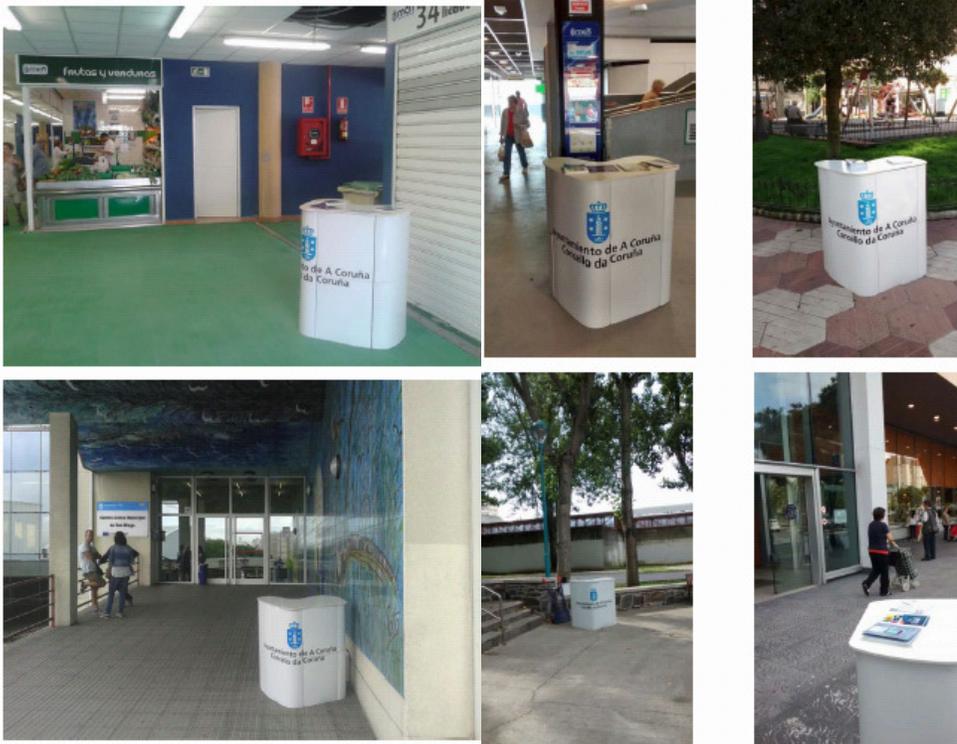
Además este punto de información también estuvo disponible en diferentes mercados municipales con fin de informar sobre la importancia de la compra diaria de productos frescos, de calidad y de proximidad.

En total 230 vecinos recibieron atención a lo largo de estos 12 días

Este fue el programa de fechas y lugares donde la OMIC atendió personalmente:

| CAMPAÑA INFORMATIVA OMIC NOS BARRIOS | | |
|--------------------------------------|--------------------|-------------|
| Fecha | Lugar | Nº Personas |
| 01 de agosto | Castrillón | 5 |
| 11 de agosto | Mercado Monte Alto | 10 |
| 12 de agosto | Os Castros | 20 |
| 13 de agosto | Os Rosais | 25 |
| 14 de agosto | Labañou | 10 |
| 18 de agosto | San Pedro de Visma | 5 |
| 19 de agosto | As Conchiñas | 30 |
| 20 de agosto | Os Mallos | 25 |
| 21 de agosto | Barrio das Flores | 20 |
| 22 de agosto | Elviña | 30 |
| 25 de agosto | Ventorrillo | 20 |
| 28 de agosto | San Agustín | 30 |





La página web

La web, WWW.CORUNA.ES/OMIC está disponible para todos los ciudadanos y ofrece información de interés para el consumidor, desde respuesta a consultas generales, normativa, anuncios, noticias, enlaces de interés, así como la posibilidad de descargar el impreso de reclamación disponible para los consumidores coruñeses y realizar consultas directamente a través de la misma.

Página Web

www.coruna.es/omic

Visitas: 15.399

Visitantes exclusivos: 12.430

Páginas vistas: 36.268

Páginas/visita: 2,36

Duración media de la visita: 00:02:04

Porcentaje de rebote: 60,55%

Porcentaje de visitas nuevas: 79,17%

The screenshot shows the OMIC website interface. At the top, there is a navigation bar with the OMIC logo and the text 'Oficina Municipal de Información al Consumidor'. Below this, there are several menu items: 'Más avisos', 'Preguntas frecuentes', 'Derechos y normativa', 'Consejos', 'Enlaces', 'Noticias', and 'Asociaciones'. The main content area is titled 'Preguntas frecuentes' and contains a list of questions and answers. A red cube icon with a question mark is also visible. The left sidebar contains sections for 'Talleres', 'Oferta Formativa', and 'Escuela del pequeño consumidor'.



Área de Empleo y Empresa

| Pais | Sesiones | % Sesiones |
|--|----------|------------|
| 1.  Spain | 11.856 | 76,99 % |
| 2.  Mexico | 1.007 | 6,54 % |
| 3.  Nicaragua | 774 | 5,03 % |
| 4.  Colombia | 255 | 1,66 % |
| 5.  Peru | 204 | 1,32 % |
| 6.  Argentina | 177 | 1,15 % |
| 7.  El Salvador | 151 | 0,98 % |
| 8.  United States | 130 | 0,84 % |
| 9.  Panama | 126 | 0,82 % |

