

**Área de Empleo y Economía Social**  
**Ayuntamiento de A Coruña**



# MEMORIA

2018

Oficina Municipal Información al Consumidor

---



# Índice

1. Introducción	5
2. Servicios	6
3. Actuaciones	7
1. Consultas	8
1. Acceso al servicio	8
2. Origen de los usuarios	10
3. Evolución mensual	11
4. Sectores de consumo	12
5. Estadísticas desagregadas por sexo	15
2. Reclamaciones	18
1. Forma de presentación	18
2. Evolución mensual	19
3. Sectores de consumo	20
4. Causas	22
5. Estadísticas desagregadas por sexo	22
6. Gestión y tramitación	26
7. Valoración económica	29
3. Colaboración con la policía Local	30
4. Actuaciones para el comercio	30
4. Actividades: Educación en consumo	31
1. Campañas informativas	31
2. Programa anual de Consumo	34
3. Foro de alimentación saludable	40
5. La página web	41



Las relaciones de consumo son un factor clave en el desarrollo de la sociedad actual. Estas relaciones se ven alteradas en múltiples ocasiones por diferentes factores que vienen a suponer una vulneración de los derechos que la ciudadanía disfruta como personas consumidoras.

Desde el Ayuntamiento, la administración más cercana a los vecinos y vecinas, se realizan diferentes actuaciones centradas en garantizar la protección de los derechos de las personas consumidoras y asegurar un correcto funcionamiento del mercado.

Por ello, esta administración tiene al servicio de todas y todos sus ciudadanas/os, la Oficina Municipal del Consumidor (OMIC), cuya función principal es la de promover y desenvolver la protección y la defensa de las personas consumidoras en el ámbito territorial de A Coruña.

La memoria que se presenta resume la actividad del año 2018, desarrollada por la OMIC, destacando significativamente dos aspectos, su función mediadora en los conflictos que se plantean en las relaciones de consumo y su función informativa y educativa, llegando a un número muy importante de usuarias y usuarios.

Las actuaciones municipales en materia de consumo, además de potenciar la defensa de los derechos y deberes de las personas consumidoras mediante la información y tramitación de sus reclamaciones fomentan actuaciones encaminadas a la promoción del consumo responsable, al consumo de proximidad, así como actuaciones centradas en el control de mercado.

La protección de las personas consumidoras y usuarias 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.



Los servicios que ofrece la OMIC son los siguientes:

- ↗ Información y asesoramiento a las personas consumidoras.
- ↗ Recepción y tramitación de las reclamaciones de las personas consumidoras residentes en el municipio de A Coruña.
- ↗ Servicio de mediación entre las personas consumidoras y empresas
- ↗ Fomento del Sistema Arbitral de Consumo
- ↗ La adopción de medidas urgentes en materia de protección de las personas consumidoras.
- ↗ Apoyo a las organizaciones de personas consumidoras.
- ↗ Formación y educación en materia de consumo
- ↗ Inspección, verificación, corrección y sanción del incumplimiento de los requisitos establecidos en la normativa de consumo en el ámbito de la venta ambulante, ferias y mercados.
- ↗ Ejecución de medidas según las instrucciones adoptadas por la Administración Autónoma de Consumo (IGC).

**De todos los servicios que presta la OMIC podemos destacar cuatro:**

Información	Se han realizado <b>15197</b> atenciones
Tramitación reclamaciones	Se han tramitado <b>989</b> reclamaciones.
Acuerdos	Se han resuelto favorablemente el <b>51 %</b> de reclamaciones
Actividades Educativas	Participación de <b>7191</b> ciudadanos, en <b>341</b> actividades.



## Actuaciones

En este apartado, se recogen los datos y estadísticas referentes a la utilización del servicio, incluyendo el número de personas que han solicitado nuestra atención, tanto para realizar consultas, como para gestionar reclamaciones, reflejando no sólo el número sino también la forma de acceso y las estadísticas por sectores desagregadas por sexos. También indicaremos un breve gráfico con los lugares de procedencia de los usuarios, ya que, nuestros servicios también son solicitados por personas vecinas de otros ayuntamientos cercanos. Los datos relativos a los servicios de información lo veremos en el apartado de Consultas y la Gestión y tramitación de las Reclamaciones en el apartado con ese mismo nombre.



En términos comparativos y en resultados globales teniendo en cuenta las actuaciones totales entre consultas y reclamaciones, las actuaciones descienden un 11 % en relación al año anterior, volviendo a los niveles de años anteriores.





## 1. Acceso al servicio

Desde este ámbito, las actuaciones de consumo se centran en atender las dificultades de la ciudadanía para conocer sus derechos y obligaciones en sus relaciones de consumo, tanto diarias como ocasionales y proporcionales herramientas para fomentar un consumo equilibrado, racional, solidario y responsable.

### Canales de atención y servicios

---

- Consulta on-line a través de nuestra página web.
  - Consulta presencial, en las instalaciones
  - Consultas a través de la línea telefónica de la OMIC o bien llamando al 010 donde les remitirán a la oficina.
- 

En relación a la forma de acceso al servicio observamos que la ciudadanía este año ha modificado sus hábitos aumentando considerablemente la atención personal, acudiendo al servicio. En términos comparativos aumenta la atención personal y a través del correo y desciende la atención telefónica.



Por meses la evolución de la forma de acceso fue dispar, observando que septiembre fue el que recibió mayor número de consultas. Por formas de acceso, mayo recibió mayor consultas on line, septiembre fue el que más público presencial atendió en la oficina, y febrero el que requirió mayor atención telefónica.

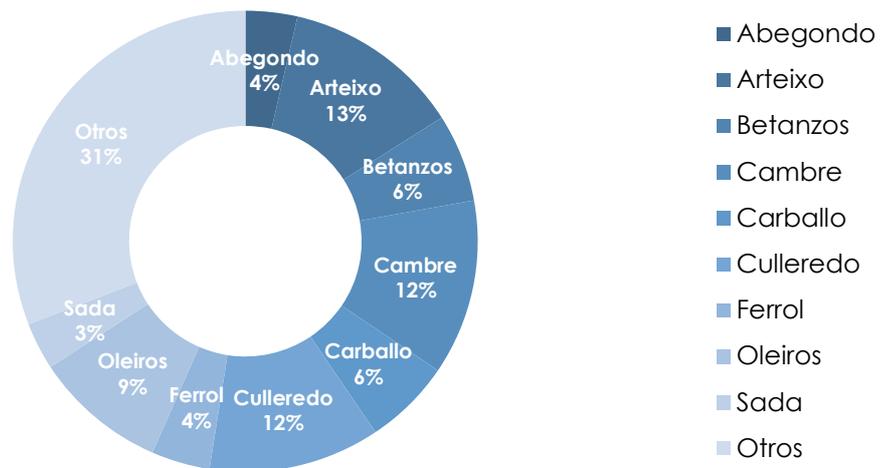
## Memoria 2018

### Datos globales

		TOTAL	HOMBRE	MUJER			TOTAL	HOMBRE	MUJER
<b>ENERO</b>	Personal	379	198	181	<b>JULIO</b>	Personal	450	179	271
	Telefónica	573	315	258		Telefónica	357	134	223
	Correo Electrónico	162	98	64		Correo Electrónico	110	42	68
	<b>Subtotal</b>	<b>1114</b>	<b>611</b>	<b>503</b>		<b>Subtotal</b>	<b>917</b>	<b>355</b>	<b>562</b>
<b>FEBRERO</b>	Personal	418	197	221	<b>AGOSTO</b>	Personal	396	180	216
	Telefónica	671	283	388		Telefónica	311	144	167
	Correo Electrónico	83	68	15		Correo Electrónico	88	59	29
	<b>Subtotal</b>	<b>1172</b>	<b>548</b>	<b>624</b>		<b>Subtotal</b>	<b>795</b>	<b>383</b>	<b>412</b>
<b>MARZO</b>	Personal	865	336	529	<b>SEPTIEMBRE</b>	Personal	1.112	388	724
	Telefónica	318	117	201		Telefónica	410	149	261
	Correo Electrónico	294	153	141		Correo Electrónico	99	37	62
	<b>Subtotal</b>	<b>1477</b>	<b>606</b>	<b>871</b>		<b>Subtotal</b>	<b>1621</b>	<b>574</b>	<b>1047</b>
<b>ABRIL</b>	Personal	440	186	254	<b>OCTUBRE</b>	Personal	934	376	558
	Telefónica	434	177	257		Telefónica	482	211	271
	Correo Electrónico	255	112	143		Correo Electrónico	82	33	49
	<b>Subtotal</b>	<b>1129</b>	<b>475</b>	<b>654</b>		<b>Subtotal</b>	<b>1498</b>	<b>620</b>	<b>878</b>
<b>MAYO</b>	Personal	926	395	531	<b>NOVIEMBRE</b>	Personal	1.078	440	638
	Telefónica	353	170	183		Telefónica	367	157	210
	Correo Electrónico	312	166	146		Correo Electrónico	102	41	61
	<b>Subtotal</b>	<b>1591</b>	<b>731</b>	<b>860</b>		<b>Subtotal</b>	<b>1547</b>	<b>638</b>	<b>909</b>
<b>JUNIO</b>	Personal	746	298	448	<b>DICIEMBRE</b>	Personal	362	170	192
	Telefónica	526	170	356		Telefónica	428	200	228
	Correo Electrónico	178	70	108		Correo Electrónico	96	47	49
	<b>Subtotal</b>	<b>1450</b>	<b>538</b>	<b>912</b>		<b>Subtotal</b>	<b>886</b>	<b>417</b>	<b>469</b>

## 2. Origen de los usuarios

En relación al uso del servicio por usuarias/usuarios de otros ayuntamientos a continuación reflejamos los datos resultantes observando que vecinas y vecinos de Arteixo, Cambre, Culleredo y Oleiros son los que han realizado el porcentaje más alto de consultas procedentes de otros ayuntamientos.



# El 7 % de las consultas corresponden a personas que viven fuera de la ciudad.

Las causas de las consultas de vecinos de otros ayuntamientos son variadas y se detectan prácticamente los mismos problemas que las de las vecinas y vecinos de nuestro ayuntamiento.

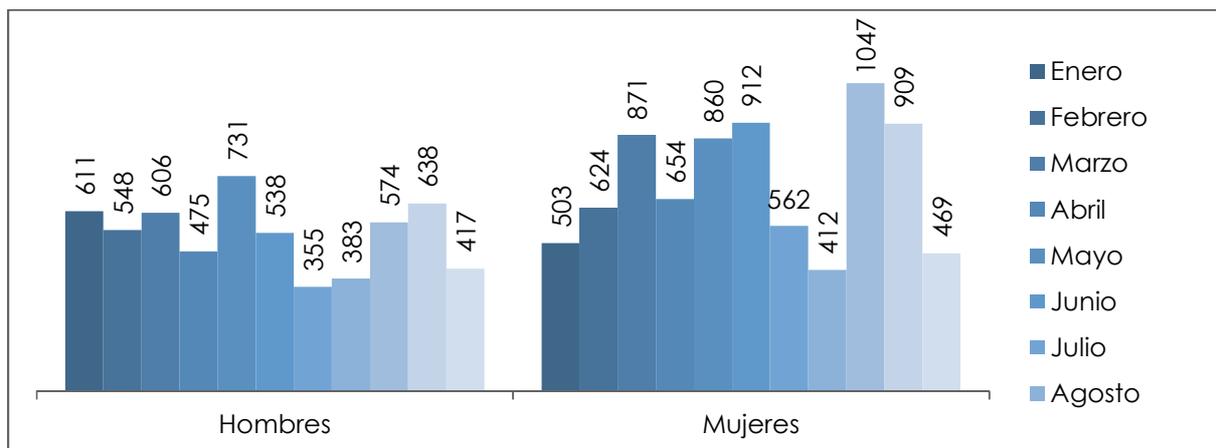
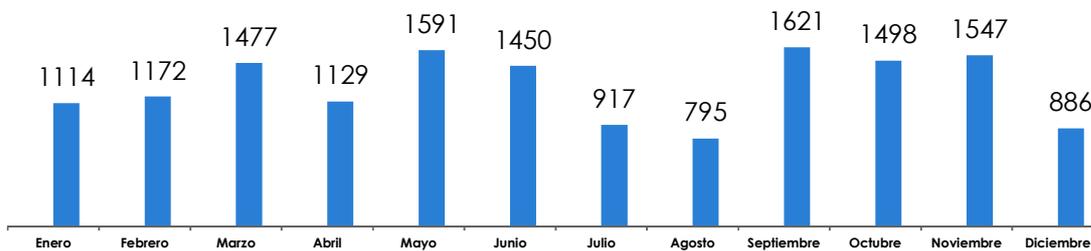
Los motivos de este tipo de consultas son fallos en los servicios de consulta telefónica que no suelen tener en cuenta el lugar de residencia de las personas consumidoras para derivar correctamente la consulta, pasando por vecinos de localidades que no tienen OMIC y esta es la más cercana a sus domicilios, o incluso personas que han sido derivados por sus propios ayuntamientos a nuestras instalaciones.

### 3. Evolución mensual

En este apartado se presentan y valoran los datos y estadísticas referentes a las consultas y solicitudes de información del 2018. A lo largo del año se ha gestionado la atención y el asesoramiento a 15197 usuarias y usuarios. El promedio de personas que se han atendido diariamente por la OMIC ha sido de 61 consultas, siendo el mes de septiembre el que demandó mayor información por días, El tiempo máximo de espera para los ciudadanos que se han desplazado personalmente ha sido entre cinco y diez minutos.

A continuación mostramos gráfico con la evolución mensual de las consultas registradas en la oficina.

## Septiembre y mayo son los meses de mayor actividad

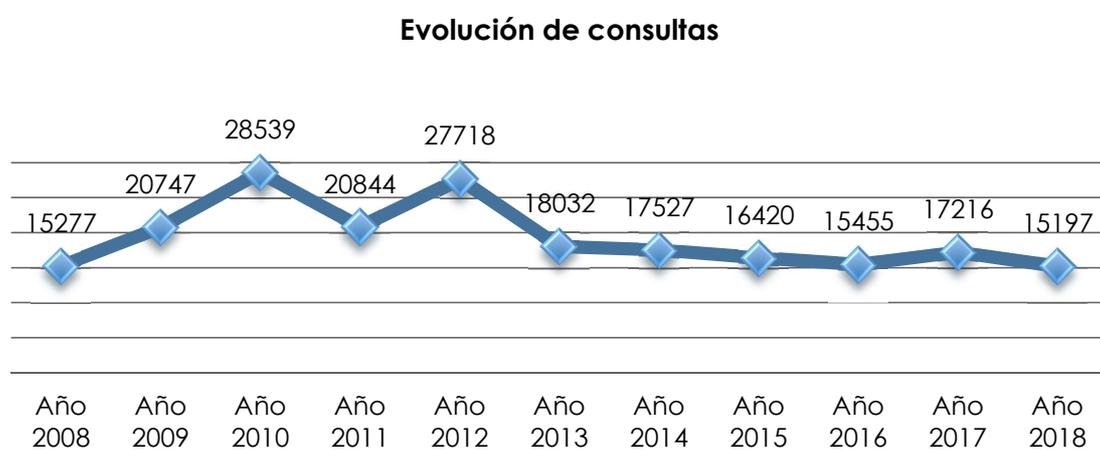


## Memoria 2018

### Evolución mensual

		%	Acumulados
Enero	1114	7,33	1.114
Febrero	1172	7,71	2.286
Marzo	1477	9,72	3.763
Abril	1129	7,43	4.892
Mayo	1591	10,47	6.483
Junio	1450	9,54	7.933
Julio	917	6,03	8.850
Agosto	795	5,23	9.645
Septiembre	1621	10,67	11.266
Octubre	1498	9,86	12.764
Noviembre	1547	10,18	14.311
Diciembre	886	5,83	15.197

En términos comparativos con años anteriores observamos la evolución de los últimos años:



## 4. Sectores de consumo

A continuación mostramos una tabla con los datos de consultas divididos por sectores:

Memoria 2018

	globales sectores	TOTALES	HOMBRES	MUJERES	
Servicios	Academias de Enseñanza	196	80	116	
	Agencias de Viajes	210	70	140	
	Agua	443	174	269	
	Alquiler de Automóviles	237	94	143	
	Alquiler de Vivienda	527	215	312	
	Banca/servicios financieros	593	195	398	
	Comercio electrónico	890	369	521	
	Electricidad	817	226	591	
	Gas	314	112	202	
	Gasolineras	26	13	13	
	Otros	541	197	344	
	Reparaciones de automóviles	124	48	76	
	SAT Electrodomésticos	226	60	166	
	Seguros	357	94	263	
	Servicios a domicilio	47	19	28	
	Servicios ADSL/Internet/Fija/Móvil	1.430	688	742	
	Servicios de Hostelería	148	70	78	
	Servicios de intermediación Inmobiliaria	63	22	41	
	Servicios Postales	72	53	19	
	Servicios profesionales	367	136	231	
	Tarifación Adicional	8	3	5	
	Telefonía Fija	651	290	361	
	Telefonía móvil	1.053	687	366	
	Tintorerías	182	7	175	
	Transporte aéreo	625	317	308	
	Transporte barco	9	3	6	
	Transporte ferrocarril	46	24	22	
	Transporte terrestre	115	59	56	
	Venta a distancia	198	135	63	
	Productos	Alimentación	42	15	27
		Animales	24	10	14
Calzado y complementos		76	39	37	
Compraventa de automóviles		309	177	132	
Compraventa de vivienda		52	23	29	
Electrodomésticos		121	56	65	
Joyas		35	18	17	
Juguetes y artículos infantiles		39	28	11	
Material eléctrico		48	23	25	
Muebles		151	83	68	
Otros (productos)		183	89	94	
Productos informáticos		1.193	443	750	
Ropa		84	27	57	
Teléfonos móviles		2.325	1.005	1.320	
<b>Subtotales</b>		<b>15197</b>	<b>6496</b>	<b>8701</b>	

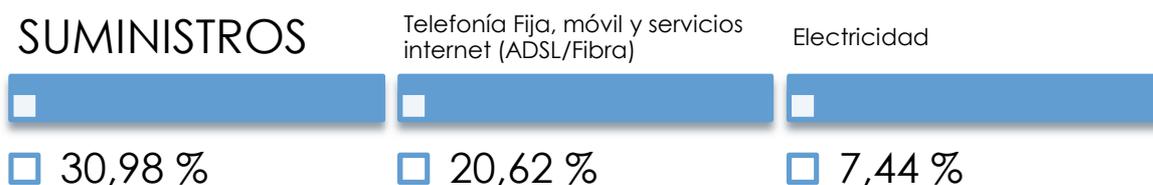
Este año observamos que aunque el sector servicios es que experimenta mayor demanda de información con el 69% de las consultas este año el sector servicios ha experimentado una subida considerable generando el 31% de consultas.

Dentro del sector servicios el de los suministros es el más numeroso con un (31%), que incluye agua, luz, gas y telecomunicaciones.

Este año llama la atención el importante aumento de consultas relacionadas con comercio electrónico situándose entre los diez sectores más demandados.

Suministros	Nº	%
Agua	443	2,92 %
Energía	1131	7,44%
Telecomunicaciones	3134	20,62%
<b>Total</b>	<b>4708</b>	<b>31%</b>

Dentro de los suministros se observa un descenso considerable en relación al año anterior pasando de un 49,65 % a un 31 % descendiendo el número de consultas energía, aumentan las de suministro de agua y se mantienen estables las de telecomunicaciones.



Por otro lado y dentro del sector productos, las consultas supusieron el 30,61 % del total de consultas.

Como en años anteriores, teléfonos móviles, productos informáticos, compraventa de automóviles, muebles y electrodomésticos, fueron objeto de mayor problemática entre las personas consumidoras, centrados básicamente en problemas de garantías.

## Memoria 2018

En términos comparativos con el año anterior observamos que el sector productos ha experimentado un notable aumento del 6,53 % al 30,81 %.

Las consultas de este sector se centran en irregularidades en la compraventa de teléfonos móviles y automóviles.

Cabe destacar que un 4 % de las consultas son relativas a temas que no son propiamente de consumo, sino relativas a otros organismos de la administración.

Servicios	10515	69,19%
Productos	4682	30,81%
Total	15197	100 %

### 5. Estadísticas desagregadas por sexo

Para promover el mayor conocimiento de la realidad de las mujeres y dando cumplimiento a las exigencias normativas se han recogido en los datos estadísticos del servicio de consumo todos los datos relativos a la utilización del servicio teniendo en cuenta la variable de sexo y análisis de género.

#### Por forma de acceso

### POR FORMA PRESENTACION



TOTALES	HOMBRES	MUJERES
■ Correo electrónico	926	935
■ Telefónica	2.227	3.003
■ Personal	3.343	4.763

Los datos globales en la atención de consultas reflejan **que 8701 mujeres y 6496 hombres** han solicitado información al servicio de consumo municipal.

## Memoria 2018

### Evolución mensual

		HOMBRES	MUJERES			HOMBRES	MUJERES
ENERO	Personal	198	181	JULIO	Personal	179	271
	Telefónica	315	258		Telefónica	134	223
	Correo Electrónico	98	64		Correo Electrónico	42	68
	<b>Subtotal</b>	<b>611</b>	<b>503</b>		<b>Subtotal</b>	<b>355</b>	<b>562</b>
FEBRERO	Personal	197	221	AGOSTO	Personal	180	216
	Telefónica	283	388		Telefónica	144	167
	Correo Electrónico	68	15		Correo Electrónico	59	29
	<b>Subtotal</b>	<b>548</b>	<b>624</b>		<b>Subtotal</b>	<b>383</b>	<b>412</b>
MARZO	Personal	336	529	SEPTIEMBRE	Personal	388	724
	Telefónica	117	201		Telefónica	149	261
	Correo Electrónico	153	141		Correo Electrónico	37	62
	<b>Subtotal</b>	<b>606</b>	<b>871</b>		<b>Subtotal</b>	<b>574</b>	<b>1047</b>
ABRIL	Personal	186	254	OCTUBRE	Personal	376	558
	Telefónica	177	257		Telefónica	211	271
	Correo Electrónico	112	143		Correo Electrónico	33	49
	<b>Subtotal</b>	<b>475</b>	<b>654</b>		<b>Subtotal</b>	<b>620</b>	<b>878</b>
MAYO	Personal	395	531	NOVIEMBRE	Personal	440	638
	Telefónica	170	183		Telefónica	157	210
	Correo Electrónico	166	146		Correo Electrónico	41	61
	<b>Subtotal</b>	<b>731</b>	<b>860</b>		<b>Subtotal</b>	<b>638</b>	<b>909</b>
JUNIO	Personal	298	448	DICIEMBRE	Personal	170	192
	Telefónica	170	356		Telefónica	200	228
	Correo Electrónico	70	108		Correo Electrónico	47	49
	<b>Subtotal</b>	<b>538</b>	<b>912</b>		<b>Subtotal</b>	<b>417</b>	<b>469</b>

El mes de enero fue el único mes que tuvo más demanda de hombres que de mujeres en relación a la atención de consultas.

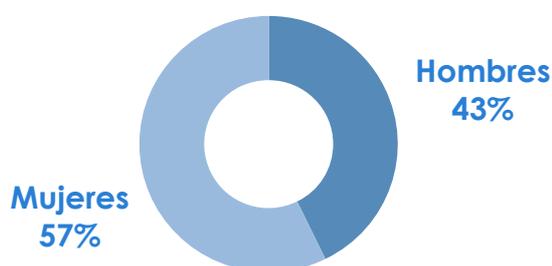
Por sectores

SECTORES		HOMBRES	MUJERES
Servicios	Academias de Enseñanza	80	116
	Agencias de Viajes	70	140
	Agua	174	269
	Alquiler de Automóviles	94	143
	Alquiler de Vivienda	215	312
	Banca/servicios financieros	195	398
	Comercio electrónico	369	521
	Electricidad	226	591
	Gas	112	202
	Gasolineras	13	13
	Otros	197	344
	Reparaciones de automóviles	48	76
	SAT Electrodomésticos	60	166
	Seguros	94	263
	Servicios a domicilio	19	28
	Servicios ADSL/Internet/Fija/Móvil	688	742
	Servicios de Hostelería	70	78
	Servicios de intermediación Inmobiliaria	22	41
	Servicios Postales	53	19
	Servicios profesionales	136	231
	Tarifación Adicional	3	5
	Telefonía Fija	290	361
	Telefonía móvil	687	366
	Tintorerías	7	175
	Transporte aéreo	317	308
	Transporte barco	3	6
Transporte ferrocarril	24	22	
Transporte terrestre	59	56	
Venta a distancia	135	63	
Productos	Alimentación	15	27
	Animales	10	14
	Calzado y complementos	39	37
	Compraventa de automóviles	177	132
	Compraventa de vivienda	23	29
	Electrodomésticos	56	65
	Joyas	18	17
	Juguetes y artículos infantiles	28	11
	Material eléctrico	23	25
	Muebles	83	68
	Otros (productos)	89	94
	Productos informáticos	443	750
	Ropa	27	57
	Teléfonos móviles	1005	1320

## Memoria 2018

Teniendo en cuenta los sectores con mayor demanda de información coinciden prácticamente en mujeres y hombres con una pequeña diferencia las mujeres han formalizado más consultas sobre banca y los hombres sobre transporte aéreo.

En relación a los sectores con menos demanda las diferencias más notables están en tintorerías sector que tiene muy poca demanda de información en hombres y servicios postales que tiene mayor demanda masculina que femenina.



## Reclamaciones

### 1. Forma de presentación

En el año 2018 se han presentado un 2,42 % de reclamaciones a través de la Sede electrónica municipal, porcentaje muy similar al del año anterior.



Este porcentaje de utilización de este servicio ha sido mayor en mujeres tanto en el registro presencial como a través de la Sede Electrónica Municipal.

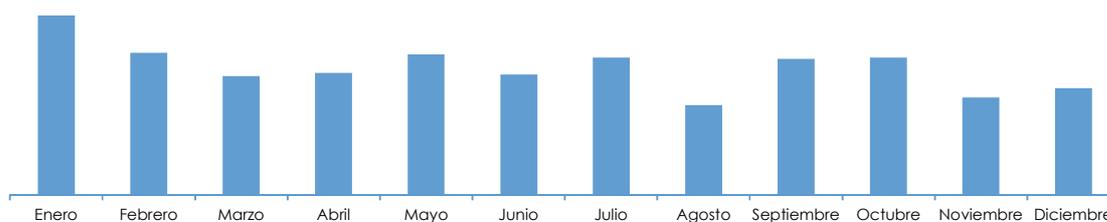
## Memoria 2018

	Mujeres	Hombres
Registro ordinario	498	467
Sede electrónica	13	11

### 2. Evolución mensual

En lo relativo a las reclamaciones gestionadas por la OMIC, en el año 2018 se ha gestionado un total de 989 expedientes. Se ha experimentado un pequeño descenso, en concreto de 1 % con relación a los datos arrojados por el año anterior.

En cuanto a la evolución mensual a continuación reflejamos el número de reclamaciones por meses, pudiendo observar que enero es el mes que registra mayor número de reclamaciones, seguido de febrero y mayo.



En el lado contrario se encuentra el mes de agosto que igual que años anteriores vuelve a ser el nivel con menor actividad del año.

Mes	Total	Acumulados
Enero	116	116
Febrero	92	208
Marzo	77	285
Abril	79	364
Mayo	91	455
Junio	78	533
Julio	89	622
Agosto	58	680
Septiembre	88	768
Octubre	89	857
Noviembre	63	920
Diciembre	69	989

### Sectores de Consumo

## Memoria 2018

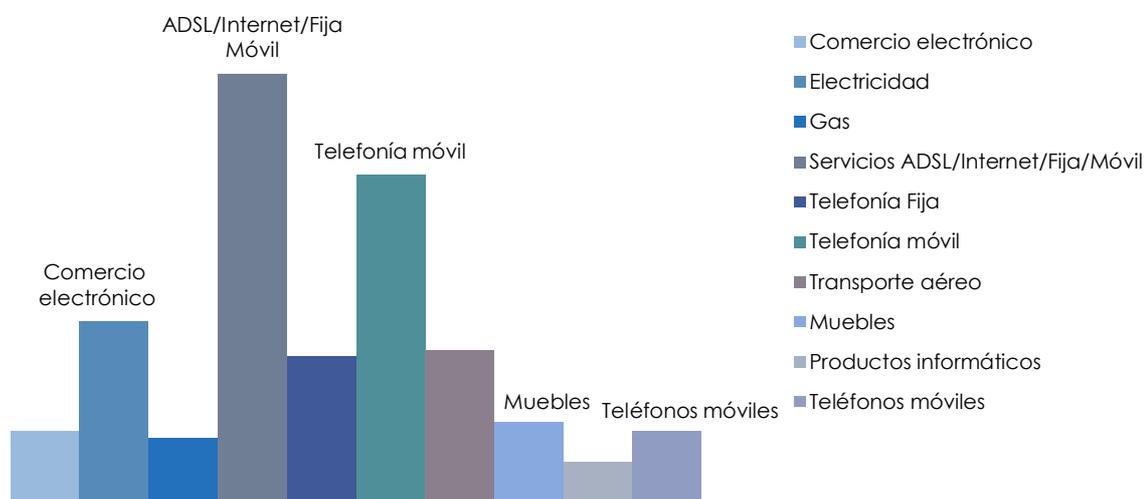
El sector que ha supuesto mayor número de reclamaciones continúa siendo el sector servicios que generó el 84 % de las reclamaciones, mientras que el sector productos generó el 16 % de las mismas.

Servicios	828	83,72
Productos	161	16,28
<b>TOTAL</b>	<b>989</b>	<b>100,00%</b>

### Datos por sectores

Dentro del sector servicios, los suministros, que engloban agua, electricidad, gas, y telecomunicaciones, son los que generan más reclamaciones (51 %). En el sector productos los muebles y teléfonos móviles son los que generaron mayor número de reclamaciones.

Las telecomunicaciones son el más numeroso representando el 41% de reclamaciones



A continuación mostramos una tabla con los datos globales:

Memoria 2018

	globales sectores	TOTAL	%
Servicios	Academias de Enseñanza	7	0,7
	Agencias de Viajes	9	0,9
	Agua	22	2,2
	Alquiler de Automóviles	2	0,2
	Alquiler de Vivienda	2	0,2
	Banca/servicios financieros	7	0,7
	Comercio electrónico	32	3,2
	Electricidad	81	8,2
	Gas	29	2,9
	Gasolineras	2	0,2
	Otros	39	3,9
	Reparaciones de automóviles	17	1,7
	SAT Electrodomésticos	8	0,8
	Seguros	6	0,6
	Servicios a domicilio	1	0,1
	Servicios ADSL/Internet/Fija/Móvil	191	19,3
	Servicios de Hostelería	5	0,5
	Servicios de intermediación Inmobiliaria	0	0,0
	Servicios Postales	4	0,4
	Servicios profesionales	46	4,7
	Tarificación Adicional	2	0,2
	Telefonía Fija	65	6,6
	Telefonía móvil	146	14,8
	Tintorerías	3	0,3
	Transporte aéreo	68	6,9
	Transporte barco	1	0,1
	Transporte ferrocarril	0	0,0
	Transporte terrestre	3	0,3
Venta a distancia	30	3,0	
Productos	Alimentación	4	0,4
	Animales	0	0,0
	Calzado y complementos	9	0,9
	Compraventa de automóviles	13	1,3
	Compraventa de vivienda	2	0,2
	Electrodomésticos	12	1,2
	Joyas	7	0,7
	Juguetes y artículos infantiles	3	0,3
	Material eléctrico	2	0,2
	Muebles	36	3,6
	Otros (productos)	14	1,4
	Productos informáticos	18	1,8
	Ropa	9	0,9
	Teléfonos móviles	32	3,2
<b>Totales</b>	<b>989</b>	<b>100 %</b>	

### 3. Causas

En relación a los problemas que motivaron las reclamaciones, las mismas son diferentes según el sector pero fundamentalmente los principales problemas son, irregularidades en la prestación del servicio (20 %), facturación (15,98 %) y garantías (8,19 %).

Causa	Nº	%
Calidad de los productos	91	9,20
Facturación	158	15,98
Garantías	81	8,19
Incumplimientos de contrato	142	14,36
Incumplimientos normativa de precios	14	1,42
Incumplimientos normativa de documentación	7	0,71
Incumplimientos normativa de información	95	9,61
Otros	94	9,50
Prácticas abusivas	23	2,33
Irregularidades prestación del servicio	198	20,02
Publicidad	19	1,92
Resolución/Modificación del contrato	35	3,54
Retraso en la entrega de producto o servicio	32	3,24
<b>Total</b>	<b>989</b>	<b>100 %</b>

El mayor número de conflictos se genera por irregularidades en la prestación del servicio

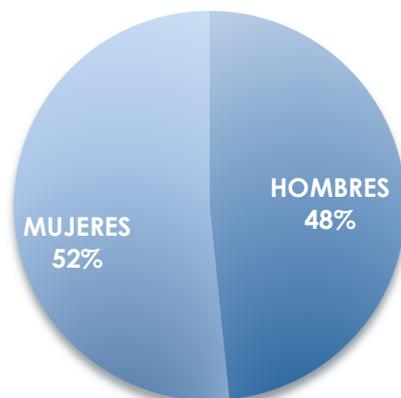
### 4. Estadísticas desagregadas por sexo y edad

Los datos que mostramos a continuación, reflejan el perfil de las personas que han reclamado en la OMIC en el 2018, y se obtienen del total de las 989 personas consumidoras que han acudido personalmente al servicio. La tendencia es similar a los años anteriores.

Usuarios por sexo

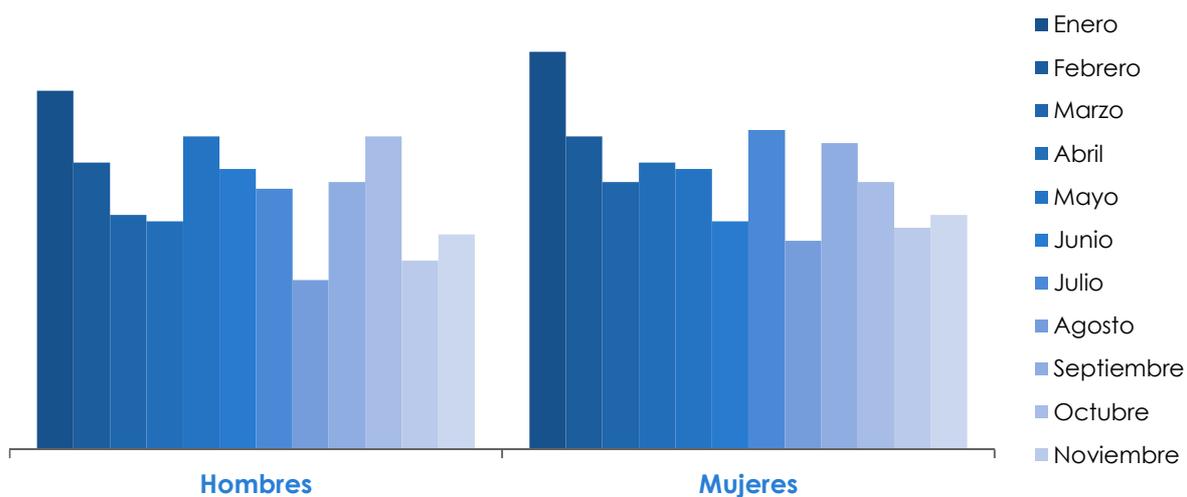
Total

Mujeres	52 %
Hombres	48 %
<b>Total</b>	<b>100 %</b>



Tasa de utilización del servicio en equidad

Hombres	478
Mujeres	511



En cuanto a la temática a continuación mostramos una tabla:

Memoria 2018

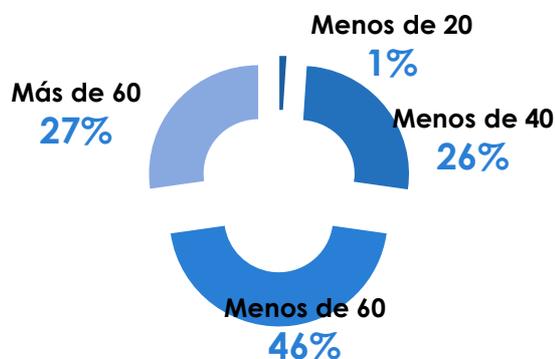
	globales sectores	HOMBRES	MUJERES
Servicios	Academias de Enseñanza	2	5
	Agencias de Viajes	4	5
	Agua	12	10
	Alquiler de Automóviles	2	0
	Alquiler de Vivienda	1	1
	Banca/servicios financieros	4	3
	Comercio electrónico	8	24
	Electricidad	38	43
	Gas	13	16
	Gasolineras	2	0
	Otros	20	19
	Reparaciones de automóviles	12	5
	SAT Electrodomésticos	6	2
	Seguros	1	5
	Servicios a domicilio	1	0
	Servicios ADSL/Internet/Fija/Móvil	102	89
	Servicios de Hostelería	3	2
	Servicios de intermediación Inmobiliaria	0	0
	Servicios Postales	2	2
	Servicios profesionales	22	24
	Tarificación Adicional	0	2
	Telefonía Fija	37	28
	Telefonía móvil	63	83
	Tintorerías	1	2
	Transporte aéreo	34	34
	Transporte barco	1	0
	Transporte ferrocarril	0	0
Transporte terrestre	1	2	
Venta a distancia	13	17	
Productos	Alimentación	1	3
	Animales	0	0
	Calzado y complementos	2	7
	Compraventa de automóviles	7	6
	Compraventa de vivienda	0	2
	Electrodomésticos	3	9
	Joyas	2	5
	Juguetes y artículos infantiles	2	1
	Material eléctrico	2	0
	Muebles	16	20
	Otros (productos)	8	6
	Productos informáticos	13	5
	Ropa	2	7
	Teléfonos móviles	15	17
<b>Totales</b>	<b>478</b>	<b>511</b>	

## Memoria 2018

Si observamos la tabla comprobamos que los hombres reclaman más en sectores como, alquiler de automóviles, gasolineras, SAT o productos informáticos donde se ven las diferencias más importantes. Las mujeres reclaman más en términos comparativos en sectores como academias de enseñanza, comercio electrónico, seguros y compra habitual de calzado, ropa o alimentación.

		HOMBRE	MUJER			HOMBRE	MUJER
ENERO	Registro ordinario	55	60	JULIO	Registro ordinario	36	48
	Registro telemático	0	1		Registro telemático	4	1
	<b>Subtotal</b>	<b>55</b>	<b>61</b>		<b>Subtotal</b>	<b>40</b>	<b>49</b>
FEBRERO	Registro ordinario	44	47	AGOSTO	Registro ordinario	25	30
	Registro telemático	0	1		Registro telemático	1	2
	<b>Subtotal</b>	<b>44</b>	<b>48</b>		<b>Subtotal</b>	<b>26</b>	<b>32</b>
MARZO	Registro ordinario	34	39	SEPTIEMBRE	Registro ordinario	41	46
	Registro telemático	2	2		Registro telemático	0	1
	<b>Subtotal</b>	<b>36</b>	<b>41</b>		<b>Subtotal</b>	<b>41</b>	<b>47</b>
ABRIL	Registro ordinario	35	43	OCTUBRE	Registro ordinario	48	40
	Registro telemático	0	1		Registro telemático	0	1
	<b>Subtotal</b>	<b>35</b>	<b>44</b>		<b>Subtotal</b>	<b>48</b>	<b>41</b>
MAYO	Registro ordinario	48	43	NOVIEMBRE	Registro ordinario	28	34
	Registro telemático	0	0		Registro telemático	1	0
	<b>Subtotal</b>	<b>48</b>	<b>43</b>		<b>Subtotal</b>	<b>29</b>	<b>34</b>
JUNIO	Registro ordinario	43	35	DICIEMBRE	Registro ordinario	30	33
	Registro telemático	0	0		Registro telemático	3	3
	<b>Subtotal</b>	<b>43</b>	<b>35</b>		<b>Subtotal</b>	<b>33</b>	<b>36</b>

Como en años anteriores el grupo más numeroso es el de la población de 40 a 59 años con un 45 %. Los datos son similares a los años anteriores en este tema.



Podemos concluir que en la OMIC de A Coruña en el año 2018 el perfil de la persona usuaria es una mujer de entre 40 a 59 años de edad que reclaman fundamentalmente por telefonía y electricidad.

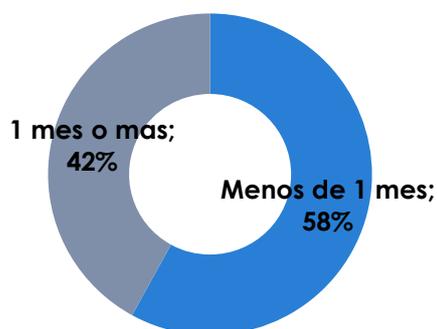
## 5. Gestión y tramitación

Tras la presentación de la reclamación y de su estudio previo, se procede con el trámite correspondiente.

De las reclamaciones presentadas en el año 2018 el 95 % han sido tramitadas directamente por la OMIC, y el 5 % restante, o bien 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, o se trataba de reclamaciones que adolecían de los requisitos exigidos por la normativa y que previa solicitud de subsanación esta no fue efectuada.

Igual que años anteriores la OMIC, en el ejercicio de la labor de mediación que tiene asignada frente a las empresas reclamadas, ha impulsado acciones 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 satisfactorios. Este año las comunicaciones son más rápidas ya que se gestionan a través de la Sede Electrónica municipal lo que supone mayor celeridad en la tramitación y la resolución.

En cuanto al tiempo medio de resolución de las reclamaciones los datos obtenidos muestran que la OMIC procede a la resolución de la misma en la mayor parte de los casos en menos de 1 mes.

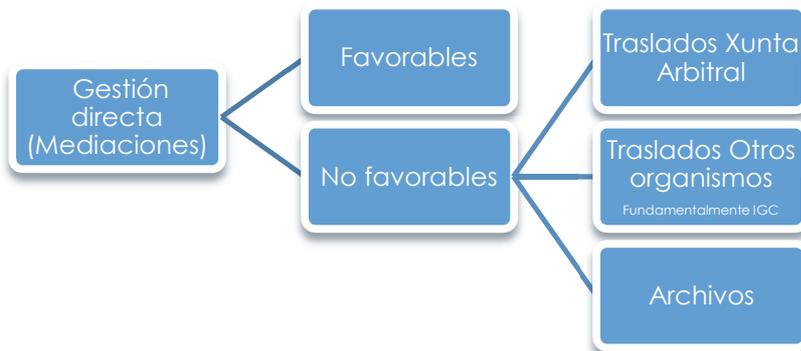


Los casos en que la conclusión se prolonga más de ese plazo se debe fundamentalmente al retraso en la respuesta por parte de la empresa reclamada o a las dificultades para la notificación.

## Mediaciones

A continuación vamos a detallar la actividad de la OMIC en la gestión y tramitación de reclamaciones.

Tal y como ya hemos indicado el 95 % de las reclamaciones presentadas se han gestionado directamente desde la OMIC y solo un 5 % no se tramitaron a través del procedimiento de mediación.



La OMIC dentro de las funciones que tiene encomendadas desarrolla la tarea de mediación de las reclamaciones de las personas consumidoras de su ámbito territorial, intentando el acuerdo de las partes (persona consumidora/empresa). Esta competencia de la OMIC es requisito obligatorio para esta administración conforme a lo establecido en la normativa autonómica y es sin lugar a dudas la más importante en términos cuantitativos y cualitativos.

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.

A continuación la OMIC se pone contacto, generalmente por escrito con la persona comerciante, para conocer su postura sobre la posible rectificación de la cuestión y se le informa sobre los aspectos legales que puedan influir, solicitándole si ofrece alguna vía de solución, o informarle de las que pueda proponer el reclamante.

Las distintas soluciones se trasladan al reclamante hasta lograr o no el acuerdo, que se alcanzará basándose en la ley.

De las mediaciones realizadas se ha obtenido acuerdo en el 51 % de los casos, lo que viene a demostrar que el trámite de mediación se consolida como el medio de resolución de conflictos más apropiado y rápido para solucionar las controversias en esta materia.

## Traslados

La OMIC efectuó la mediación de las reclamaciones presentadas, salvo en un 4 %, que tal y como indicamos se trataban de reclamaciones referidas a sectores con regulación específica, como seguros o bancos o bien personas consumidoras ajenos a nuestro ámbito municipal.

A continuación indicaremos el organismo de traslado de las reclamaciones, tanto de las que una vez realizado el trámite de mediación no se obtuvieron resultados positivos como de las que se remitieron directamente por motivos de competencia específica o territorial a los organismos competentes.

Se han trasladado una totalidad de 409 expedientes,

<b>Traslados 2018</b>	
<b>Organismo</b>	<b>Nº</b>
Agencia Estatal de Seguridad Aérea	33
Dirección General de Transportes	4
Instituto Galego do Consumo e da Competencia	194
Xunta Arbitral de Consumo de Galicia	154
Otras OMICs y Organismos de Consumo	5
Servicio Provincial de Turismo	8
Servicios de Defensa del Cliente (Entidades Aseguradoras y Bancarias)	11
<b>Totales</b>	<b>409</b>

El organismo al que se ha remitido el mayor número de reclamaciones fue al Instituto Galego de Consumo, que representa un 47 % de las reclamaciones trasladadas y 20 % del total de reclamaciones presentadas en la OMIC. Le sigue la Junta Arbitral de Consumo al que se remitieron 154 expedientes, un 38% de las trasladadas y un 16 % del total de reclamaciones.

<b>Reclamaciones trasladadas en porcentajes</b>	
	<b>Total reclamaciones</b>
Instituto Galego do Consumo e da Competencia	20%
Xunta Arbitral de Consumo	16 %
Otros organismos	6%
<b>Total</b>	<b>42 %</b>

De los resultados observamos que se han trasladado para su oportuna tramitación bien por la Xunta Arbitral, bien para valorar posibles infracciones e iniciar los correspondientes expedientes sancionadores un 42 %.

La gestión exclusiva y directa de la OMIC supuso en el 51 % de expedientes tramitados resultados positivos para las personas consumidoras sin remisiones posteriores.

## TRASLADOS 2018



### 6. Valoración económica de las reclamaciones

El importe de las reclamaciones gestionadas por la OMIC a lo largo de todo el año asciende a 455.807,59 € un 14 % más que en el año anterior y se ha resuelto favorablemente por valor de 167.657,58 € que han sido devueltos a las personas consumidoras.



La valoración económica de las reclamaciones depende de muchos factores y no siempre está definida claramente en la reclamación, ya que en determinados supuestos lo que la persona consumidora solicita es una determinada actuación o solución a su problema sin valoraciones económicas.

## Colaboración con 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 las personas consumidoras.

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 25 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 Gallego de Consumo y Servicio Provincial de Turismo, para iniciar si procediera expediente sancionador.

Las actuaciones policiales por temas relacionados con consumo se mantiene a lo largo de los años.

## Actuaciones para comerciantes

---

La OMIC continúa realizando diferentes actuaciones informativas procurando que el sector empresarial adquiera mayores conocimientos de sus obligaciones con las personas consumidoras.

En el 2018 editamos dos Guías de Buenas Prácticas para el pequeño comercio y para los Mercados Municipales. Estas guías tratan los principales incumplimientos por temas de consumo que las personas consumidoras denunciaron ante este organismo. La finalidad de estas Guías es la de ser un canal de comunicación entre las personas consumidoras y las personas comerciantes de cara a lograr un correcto funcionamiento del mercado siempre desde la perspectiva de las personas consumidoras que es el objetivo de este organismo municipal



# Actividades: Educación en Consumo

## Campañas informativas

### 1. Día Mundial de las personas consumidoras

Entre las campañas informativas realizadas destacó la celebración del **Día Mundial de las Personas Consumidoras** el 15 de marzo. Las actuaciones estuvieron centradas en las siguientes actividades:

- **Debate Cadena Ser - Consumo Responsable, Consumo Energético.**

Se realizó un debate de radio el martes 13 de marzo en horario de mañana organizado por la Cadena Ser centrado en la responsabilidad en el consumo energético y se analizaron los principales problemas a los que se enfrentan las personas consumidoras en su facturación eléctrica, se valoraron diferentes posibilidades de ahorro y se informó sobre la posibilidad de construir un futuro más sostenible mediante un uso racional de la energía.

A este debate asistieron los principales representantes de los intereses de las personas consumidoras de la ciudad tales como la Oficina Municipal de Información a las Personas Consumidoras, las asociaciones Amas de Casa, Consumidores y Usuarios y ADICAE, el Colegio Oficial de Abogados, y representantes del cooperativismo gallego, en el marco de la economía social y solidaria.

- **Talleres de consumo responsable**

Por otro lado se realizaron dieciocho talleres para niñas y niños de segundo de primaria en diez centros educativos de la ciudad, centrados en el consumo consciente, colaborativo y responsable en los que se analizaron entre otros la importancia del consumo responsable del agua, la adopción de hábitos que fomenten actitudes positivas de cara al reciclado y la reutilización de envases para evitar las consecuencias negativas en el entorno, la practica actividades que permitan conocer la Educación Ambiental desde la óptica de la recuperación de nuestras tradiciones y del conocimiento de los valores ambientales de nuestro entorno o conocer las ventajas del comercio de proximidad.

Los centros participantes son los siguientes:

- CEIP Wenceslao Fernández Flórez;
- CEIP Sagrada Familia;

## Memoria 2018

- CEIP Curros Enríquez;
- CEIP Manuel Murguía;
- CEIP Sanjurjo de Carricarte;
- CEIP San Pedro de Visma;
- CEIP Víctor López Seoane;
- CEIP Concepción Arenal;
- CPR Calasanz Masculino;
- COR Franciscanos

En estos talleres se repartió material didáctico y formativo relacionado especialmente centrado en el Día Mundial de las Personas consumidoras relacionado con la temática analizada.

### ▪ Mercados municipales

Para el público adulto se realizó un reparto de bolsas y cartelería en los mercados municipales con recomendaciones y consejos de cara a la responsabilidad en el consumo y al fomento de los derechos de las personas consumidoras.

## 2. Campaña Navidad, la Tienda Solidaria

Producir, consumir, reutilizar o reciclar frente a producir, consumir y tirar, fue el principal objetivo de la Tienda Solidaria, que se instaló durante el mes de diciembre para fomentar el consumo responsable en Navidad entre otros valores.

Se trataba, de un espacio creado y pensado para la solidaridad y el consumo responsable fomentando la economía circular y la recuperación y reutilización de objetos, de forma que para adquirir un producto no se necesitaba ni dinero ni trueque, solo la ilusión por adquirirlo.

Para esto se hizo un llamamiento a los vecinos, solicitando que donaran lo que ya no usaban de forma que otras personas pudieran llevarlo y disfrutarlo gratuitamente dándole un segundo uso o segunda vida.



Imagen de la "Tienda solidaria" ubicada en la Plaza de María Pita

Se recogieron en total 4663 juguetes donados por las vecinas y vecinos, un 68 % más que el año anterior, y se entregaron en la propia caseta 2582, superando en más del doble los juguetes regalados el año anterior. Los demás se están entregando en entidades sin ánimo de lucro.

Asimismo este año se han realizado diferentes actividades educativas a lo largo de todo el mes de diciembre en la caseta. Las actividades se dividieron en cinco temáticas:

- Adornos de Navidad: decorando la Navidad
- Construcción de juguetes: taller de duendes
- Jugar sin juguetes: me divierto sin juguetes
- Cuenta cuentos: cuentos con sentido
- Envoltorios de regalo: el envoltorio es el regalo

En total se realizaron 48 talleres en los que participaron de 202 personas, 109 niñas y 93 niños.

 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 Consumo, 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 2017 englobó 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:



El programa del año 2018 ha centrado su actividad en la realización de actividades formativas dirigidas a distintos colectivos de personas consumidoras, 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.

Datos generales			
Datos Formación	Centros Educativos	Otros	Totales
Actividades	309	36	345
Participantes	6755	436	7191

Se realizaron los siguientes programas educativos:

**CORUÑA EDUCA:** Talleres de consumo desarrollados en el ámbito del programa Municipal de la Concejalía de Educación Coruña Educa 2017/2018 y Coruña Educa 2018/2019, 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 26 talleres distintos.

En el año 2018, dentro del programa de Educación para el Consumo del Coruña Educa se han realizado 309 talleres con una participación de 6755 niñas y niños.

El 2018 fue uno de los años que más actividades formativas se han realizado subiendo la participación y actividad un 135 % en relación al año anterior.

Por niveles educativos a continuación mostramos los talleres realizados y la participación desagregada por sexos:

	TALLERES
Infantil	51
Primaria	116
ESO	95
Bachiller	10
Formativos	23
Especial	14
<b>Totales</b>	<b>309</b>

## Memoria 2018

Tal y como podemos observar Educación Primaria y ESO han sido los grupos que han recibido mayor formación en consumo en el año 2017, siguiendo la tendencia de años anteriores.



Desagregados por sexo la participación fue la siguiente:

	HOMBRES	MUJERES	PARTICIPANTES
Infantil	564	537	1.101
Primaria	1.269	1.388	2.657
ESO	1.146	1.106	2.252
Bachiller	66	107	173
Formativos	160	246	406
Especial	150	91	241

### **Actividades para Centros Cívicos:**

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.

### **Formación 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.

***A continuación mostramos una tabla global con la participación desagregada de todos los talleres realizados en el programa Anual de Consumo:***

## Memoria 2018

TALLERES HOMBRES MUJERES PARTICIPANTES				
<b>BLOQUE 1. ALIMENTACIÓN</b>				
Nutrición y dieta equilibrada	50	489	584	1.073
Alimentos funcionales	4	47	33	80
Etiquetado alimentario	7	46	107	153
La lista de la compra	2	24	27	51
Despilfarro alimentario	0	0	0	0
Alimentos ecológicos	11	78	123	201
Frutas y verduras	21	209	205	414
<b>Total bloque</b>	<b>95</b>	<b>893</b>	<b>1079</b>	<b>1.972</b>
<b>BLOQUE 2. CONSUMO CONSCIENTE, COLABORATIVO Y RESPONSABLE</b>				
Consumo del agua en el hogar	3	28	44	72
Don R que R: el juego de los envases	23	280	292	572
Consumo ecológico	14	145	161	306
Comercio justo	2	9	12	21
La banca ética	3	24	36	60
Economía circular	2	25	26	51
Comercio de proximidad	7	59	94	153
<b>Total bloque</b>	<b>54</b>	<b>570</b>	<b>665</b>	<b>1.235</b>
<b>BLOQUE 3. DERECHOS DE LAS PERSONAS CONSUMIDORAS</b>				
Reclamar en la OMIC	3	32	41	73
Los derechos y deberes de las personas consumidoras	4	51	41	92
<b>Total bloque</b>	<b>7</b>	<b>83</b>	<b>82</b>	<b>165</b>
<b>BLOQUE 4. PUBLICIDAD</b>				
Publicidad en los medios	10	111	112	223
Nuestros sentidos y el consumo	6	67	76	143
Publicidad "verde"	2	24	14	38
La publicidad de los alimentos	11	0	0	0
<b>Total bloque</b>	<b>29</b>	<b>24</b>	<b>14</b>	<b>404</b>
<b>BLOQUE 5. COMPRAS SEGURAS</b>				
La seguridad de los productos: material escolar	0	0	0	0
Comprar un juguete	0	0	0	0
Seguridad en el hogar	6	44	64	108
<b>Total bloque</b>	<b>6</b>	<b>44</b>	<b>64</b>	<b>108</b>

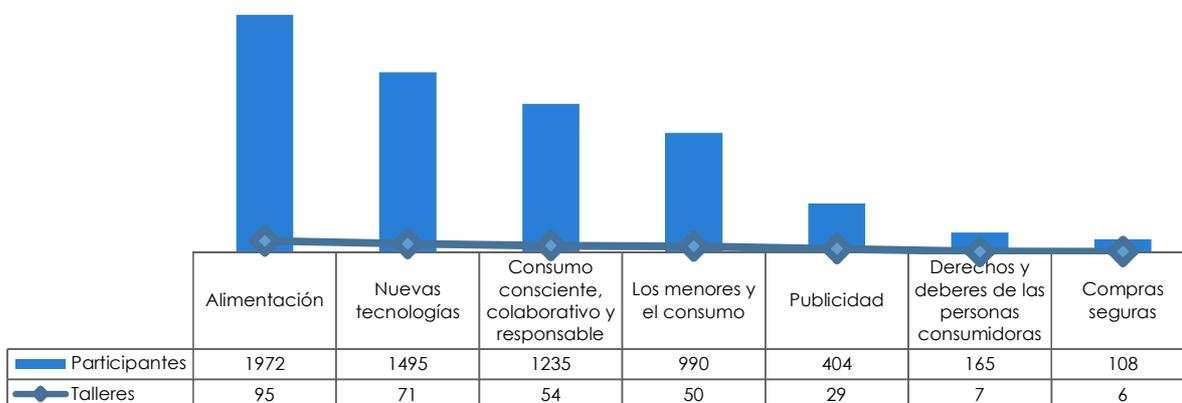
## Memoria 2018

BLOQUE 6. NUEVAS TECNOLOGÍAS				
Redes sociales	24	290	266	556
Comercio electrónico	20	185	193	378
Seguridad en Internet	27	297	264	561
<b>Total bloque</b>	<b>71</b>	<b>482</b>	<b>457</b>	<b>1.495</b>

BLOQUE 7. LOS MENORES Y EL CONSUMO				
Construcción de juguetes	22	197	223	420
Jugar sin juguetes	28	303	267	570
<b>Total bloque</b>	<b>50</b>	<b>500</b>	<b>490</b>	<b>990</b>

TALLERES HOMBRES MUJERES PARTICIPANTES				
CENTROS CÍVICOS				
Los suministros básicos: entendiendo la factura de la luz	3	10	18	28
El bono social eléctrico	4	10	22	32
Garantía de derechos y prevención de fraude	1	4	5	9
¿Lo compramos?	0	0	0	0
Jugar o consumir	0	0	0	0
Los menores ante las nuevas tecnologías	0	0	0	0
Telefonía y vivienda	1	8	4	12
Consumo colaborativo	1	0	25	25
<b>Total bloque</b>	<b>9</b>	<b>32</b>	<b>49</b>	<b>81</b>

*El bloque más demandado tanto en talleres como en participación fue el de alimentación y dentro de este alimentación y dieta equilibrada el más solicitado.*



## Escuela de Verano 2018:

A lo largo de los meses de julio se desarrolló la Escuela de Verano, para concienciar a la población infantil de la importancia de la responsabilidad en el consumo, a través de diferentes talleres en los que se fomentó el trabajo en equipo y la consecución de metas predefinida.

**Se dividió a los participantes en dos grupos, uno de 4 a 6 años y otro de 7 a 10, en total hubo 75 participantes en dos turnos.**

En cuanto a las actividades, dependiendo de los grupos se realizaron diferentes talleres con diferentes dinámicas, desde juegos con cajas, bolsas y envases reutilizados, hasta construcción de juguetes, anuncios publicitarios o descubrir los peligros de la Red.

## Valoraciones

### Satisfacción General

A través de los cuestionarios de evaluación de madres y padres percibimos resultado satisfactorio en general con el programa realizado.

En cuanto a la conciliación parece que el horario, favorece este aspecto para a las familias.

En las encuestas también dan por satisfactorio el resultado del programa en el que tanto niñas cómo niños aprendieron en los diferentes turnos.



## Foro de Consumo y Alimentación Saludable



El año 2018 fue determinante en la formación y educación a las personas consumidoras. Se organizó un Foro en el Paraninfo de la Universidad en el que se trataron diferentes temas importantes para las personas consumidoras relacionadas con la alimentación.

El objetivo prioritario fue organizar un encuentro de carácter formativo así como de participación y debate, dirigido a las personas consumidoras, a los comerciantes, a los productores, a la juventud, y a todas personas que colaboran en el ámbito de los servicios de consumo.

Para ello contamos con la participación de ponentes de todos los ámbitos que intervienen en la producción, transformación y consumo, promoviendo un conocimiento más amplio de los productos, así como de las formas de consumo y de los hábitos alimentarios.

Se inscribieron cerca de 170 en total para los dos días que duró la jornada y la asistencia media fue entre 85-95 personas en cada una de las jornadas.

En el Foro contamos con la importante colaboración de la Asociación de Amas de Casa, Consumidores y Usuarios de A Coruña.



## La página Web

La web, [WWW.CORUNA.ES/OMIC](http://WWW.CORUNA.ES/OMIC) ofrece información de interés para las personas consumidoras, desde respuesta a consultas generales, normativa, anuncios, noticias, enlaces de interés, así como la posibilidad de realizar consultas directamente a través de la misma, o presentar reclamaciones a través de la sede municipal.



### Página Web

[www.coruna.es/omic](http://www.coruna.es/omic)

**Usuarios:** 23.283

**Usuarios nuevos:** 23.335

**Sesiones:** 26.723

**Nº sesiones por usuario:** 1,15

**Nº de visitas a páginas:** 48.329

**Páginas/sesión:** 1,81

**Duración media de la visita:** 00:01:17

**Porcentaje de rebote:** 76,42 %

Pais	Usuarios	% Usuarios
1.  Spain	10.386	44,37 %
2.  Peru	4.371	18,67 %
3.  Mexico	1.748	7,47 %
4.  Argentina	1.345	5,75 %
5.  Colombia	971	4,15 %
6.  Nicaragua	700	2,99 %
7.  Panama	512	2,19 %
8.  Bolivia	420	1,79 %
9.  Ecuador	386	1,65 %
10.  Guatemala	318	1,36 %

