

# Área de empleo y empresa

**Memoria Año 2012**

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

**Ayuntamiento de A Coruña**



Ayuntamiento de A Coruña  
Concello da Coruña



**OMIC**  
oficina municipal de  
información ao consumidor

## **Presentación**

---

La presente Memoria contiene las actuaciones desarrolladas por la Oficina Municipal de Información al Consumidor que se encuentra dentro del Área de Empleo y Empresa del Ayuntamiento de A Coruña a lo largo del año 2012, en el marco de la protección y promoción de los derechos de las personas consumidoras y usuarias del Ayuntamiento de A Coruña.

En la Memoria, se exponen todas las actividades que se han llevado a cabo a lo largo del año, que incluye la atención de consultas, tramitación de reclamaciones y actividades de educación en materia de consumo.

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

En este apartado se recoge el número de personas que utilizaron los servicios de información y asesoramiento de la OMIC y con que medio accedieron.

### Consultas (27718)

#### Acceso al Servicio

La OMIC recibió a lo largo del año **27718 consultas**.

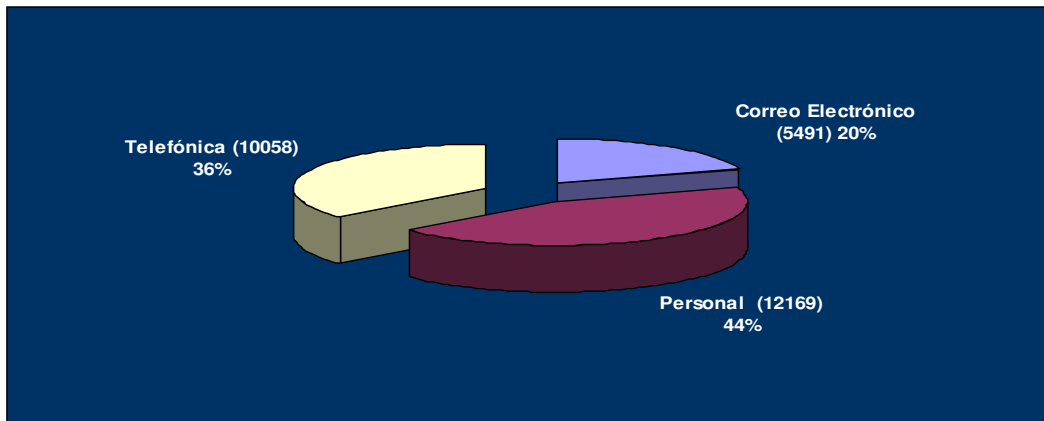
Es importante destacar que se ha experimentado un importante aumento con relación al año anterior, motivado principalmente en la importante demanda de información surgida por las reclamaciones en materia bancaria. En el siguiente cuadro mostramos la forma de acceso al servicio: por correo electrónico, directamente, a través de la web, por teléfono y personalmente. Estas consultas provocaron **1664 reclamaciones**, incrementando considerablemente el número con relación a los años anteriores.

A continuación se muestran las consultas realizadas y la forma de acceso a los servicios de la OMIC:

| Consultas: Acceso al Servicio |       |            |
|-------------------------------|-------|------------|
| Total                         |       | Porcentaje |
| Correo Electrónico            | 5491  | 20%        |
| Personal                      | 12169 | 44 %       |
| Telefónica                    | 10058 | 36%        |

Se observa, en la evolución de los últimos años que la forma de acceso a través del correo electrónico continúa aumentando.

Asimismo a lo largo de este año, muchos fueron los ciudadanos que se desplazaron a realizar sus consultas a las instalaciones de la OMIC. Es necesario aclarar que esta oficina ha atendido a muchos ciudadanos vecinos de ayuntamientos cercanos, afectados por las participaciones preferentes y obligaciones subordinadas o con otra problemática, que también fueron asesorados de la forma de presentar la correspondiente reclamación, ante su correspondiente oficina o ante el IGC, a pesar de no ser vecinos de esta ciudad.

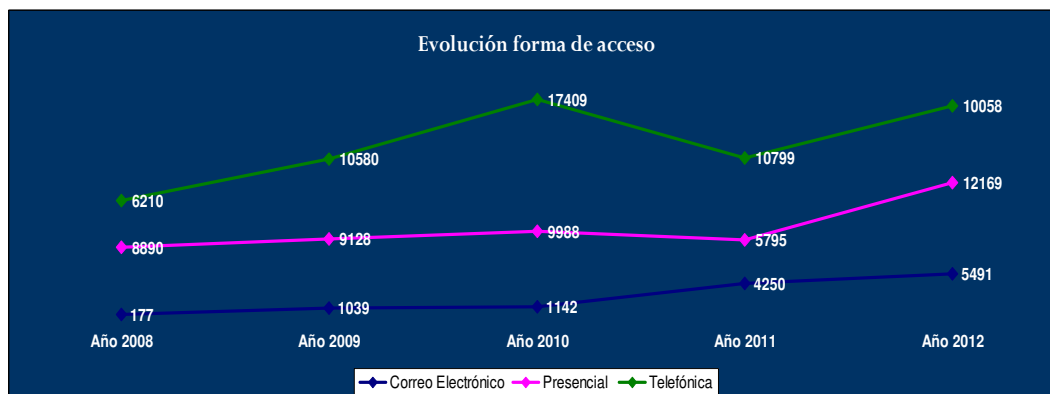


Estos datos muestran un aumento considerable de la solicitud de atención en la oficina. Es necesario, a efectos de aclarar estos datos que un número muy elevado de afectados por las preferentes superan los sesenta años de edad, personas que prefieren desplazarse a las oficinas para recibir un trato más cercano y personalizado.

En los últimos años la evolución de la forma de acceso es la siguiente:

| Evolución Forma de acceso |                    |            |            |
|---------------------------|--------------------|------------|------------|
|                           | Correo Electrónico | Presencial | Telefónica |
| Año 2008                  | 177                | 8890       | 6210       |
| Año 2009                  | 1039               | 9128       | 10580      |
| Año 2010                  | 1142               | 9988       | 17409      |
| Año 2011                  | 4250               | 5795       | 10799      |
| Año 2012                  | 5491               | 12169      | 10058      |

Haciendo un análisis de la forma de acceso comparando con años anteriores se observa que el correo electrónico sigue su crecimiento y cada vez es más utilizado.

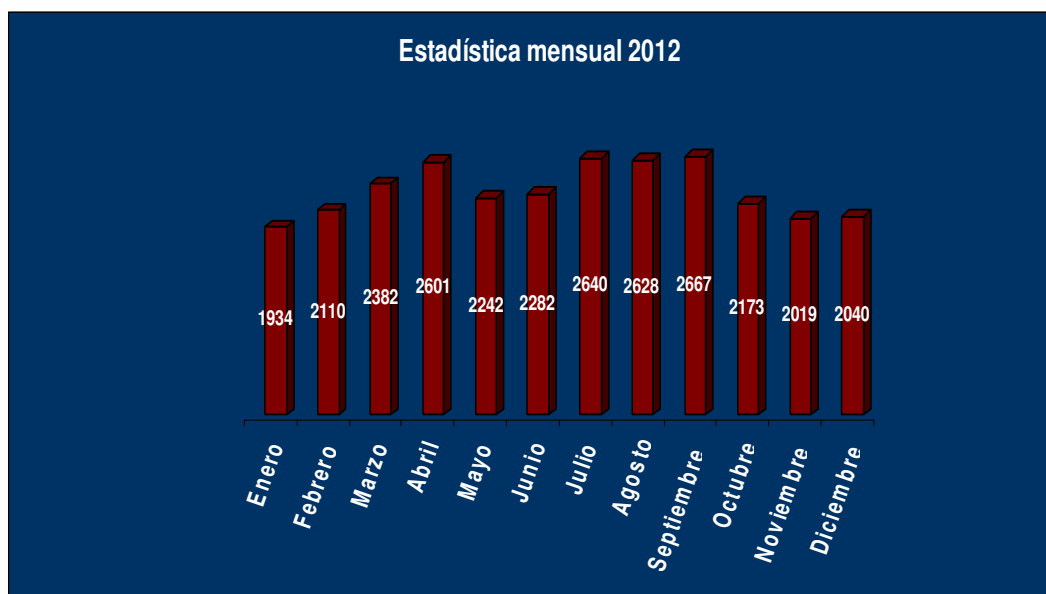


## Evolución mensual de consultas

La OMIC de A Coruña, recibe a diario, una cantidad importante de consultas, tal y como se puede observar.

Es necesario indicar, que en la OMIC se atienden las consultas de todas las personas consumidoras que se dirigen a nosotros, por cualquiera de los medios indicados, detectando que cada vez más, recibimos consultas de ciudadanos/as de fuera de nuestro entorno municipal, e incluso, tal y como se observara en el apartado de la web de otras zonas y provincias, a los que, tras ofrecerles la información dirigimos a los organismos que les corresponden para la oportuna formulación de reclamaciones o denuncias.

A continuación mostramos la evolución de las consultas por meses, observando que los meses de julio, agosto y septiembre, rompiendo la evolución de los últimos años, en los que el período estival provocaba menores actuaciones por parte de nuestros consumidores, son los que mas demanda de información generan con 2667 septiembre un 9.62 % del total siguiéndolo el mes de julio con 2640 consultas, con mayor actividad para la OMIC.



El número de consultas del año 2012 aumentó en relación al año 2011, un 25 % mas.

Este aumento viene a situar el número de consultas en prácticamente los mismos niveles de solicitud de información del año 2010, en el que ocurrieron una serie de sucesos que provocaran un aumento considerable de consultas, concretamente, el 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, hechos estos que sin duda motivaron un número importante de afectados y por ende de consultas en la OMIC.

Relacionando con años anteriores, se observa que el número de consultas del año 2012 es prácticamente similar al del 2010. Sin embargo si lo comparamos con años anteriores se comprueba que el aumento de consultas es importante.

A continuación se refleja la evolución.



## Sectores de consumo

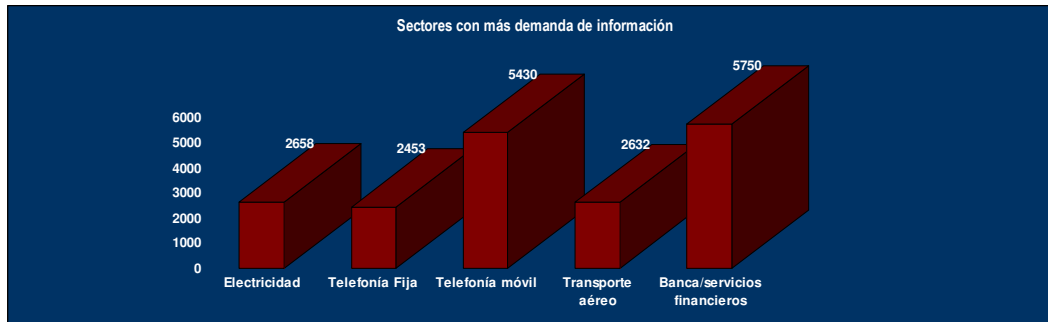
La demanda de información por sectores, muestra como en el año 2012 y siguiendo con la tendencia habitual observada en los años anteriores, el sector servicios fue el que mas solicitud de información ha generado, con la particularidad del aumento importante de información en servicios bancarios:

| <b>Sector Servicios</b>               |      |        |
|---------------------------------------|------|--------|
| Gas                                   | 328  | 1,2 %  |
| Agua                                  | 99   | 1 %    |
| Electricidad                          | 2658 | 10 %   |
| SAT Electrodomésticos                 | 210  | 1 %    |
| Telefonía Fija                        | 2453 | 9 %    |
| Telefonía Móvil                       | 5430 | 20 %   |
| Internet                              | 633  | 3 %    |
| Servicios postales                    | 46   | 1 %    |
| Transporte aéreo                      | 2632 | 10 %   |
| Transporte terrestre                  | 58   | 1 %    |
| Transporte ferrocarril                | 61   | 1 %    |
| Transporte barco                      | 32   | 1 %    |
| Comercio electrónico                  | 246  | 1 %    |
| Venta a distancia                     | 183  | 1 %    |
| Banca/ Servicios Financieros          | 5750 | 21 %   |
| Agencias de Viajes                    | 288  | 1,03 % |
| Servicios Hostelería                  | 370  | 1,30 % |
| Tintorerías                           | 165  | 1 %    |
| Academias de Enseñanza                | 336  | 1,21 % |
| Seguros                               | 962  | 4 %    |
| Reparaciones de Automóviles           | 192  | 1 %    |
| Alquiler de automóviles               | 116  | 1 %    |
| Gasolineras                           | 88   | 0,31 % |
| Servicios a domicilio                 | 453  | 2 %    |
| Servicios Profesionales               | 255  | 1 %    |
| Servicios Intermediación Inmobiliaria | 84   | 0,30 % |
| Alquiler de vivienda                  | 567  | 2,04 % |
| Otros                                 | 316  | 1,14 % |

## El sector servicios generó 25011 consultas



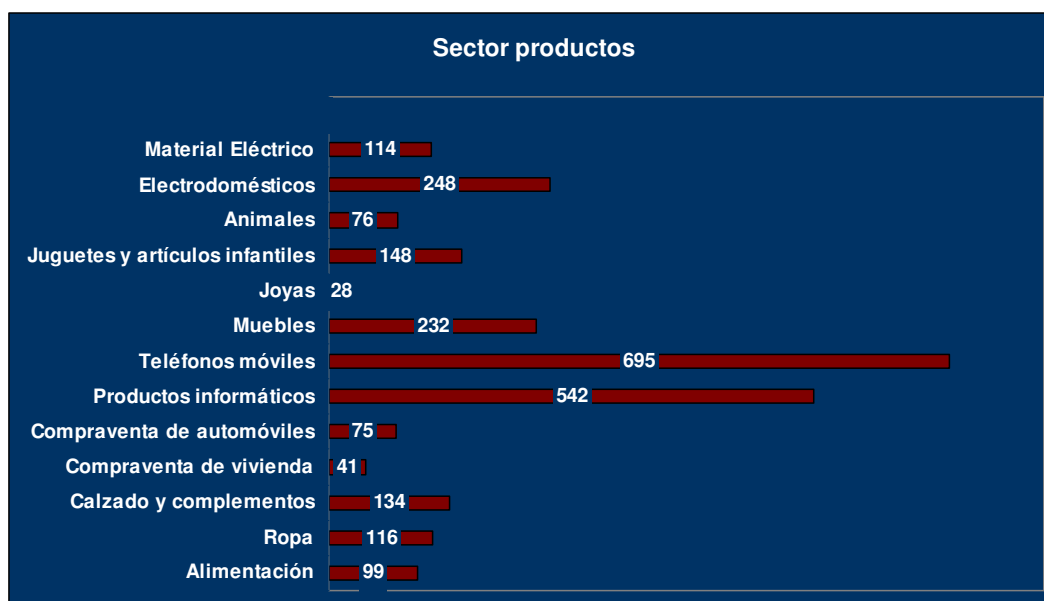
Y dentro del sector servicios, el que generó mas dudas entre los consumidores de la ciudad ha sido sin duda, el de los servicios bancarios, rompiendo los datos de años anteriores con 5750 consultas, le sigue telefonía móvil, electricidad, la telefonía fija y transporte aéreo.



Por otro lado en el ámbito de los productos, se consolida la tendencia de años anteriores, con los teléfonos móviles y los productos informáticos como los que generan mayor número de conflictos para las personas consumidoras.

| <b>Sector Productos</b>         |     |      |
|---------------------------------|-----|------|
| Alimentación                    | 99  | 4 %  |
| Ropa                            | 116 | 4 %  |
| Calzado y complementos          | 134 | 5 %  |
| Compraventa de vivienda         | 41  | 1 %  |
| Compraventa de automóviles      | 75  | 3 %  |
| Productos informáticos          | 542 | 20 % |
| Teléfonos móviles               | 695 | 26%  |
| Muebles                         | 232 | 8 %  |
| Joyas                           | 28  | 1%   |
| Juguetes y artículos infantiles | 148 | 6 %  |
| Animales                        | 76  | 3%   |
| Electrodomésticos               | 248 | 9%   |
| Material Eléctrico              | 114 | 4 %  |
| Otros                           | 159 | 6 %  |

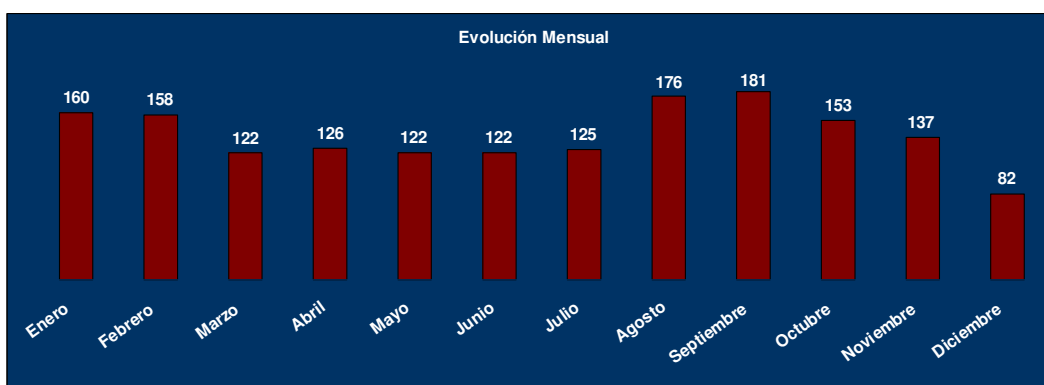
**El sector productos generó 2707 consultas**



## Reclamaciones (1664)

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 2012 se ha tramitado un total de 1664 solicitudes 401 más que el 2011.

A continuación reflejamos las reclamaciones y denuncias presentadas en la OMIC por meses:



Según se puede apreciar el mes de Septiembre es el que generó mayor número de reclamaciones.

## DATOS ESTADÍSTICOS POR EDADES, SEXO Y FORMACIÓN

A continuación mostramos datos sobre el perfil del reclamante de nuestro término municipal:

### EDADES

A continuación mostramos gráficos sobre el perfil del reclamante:

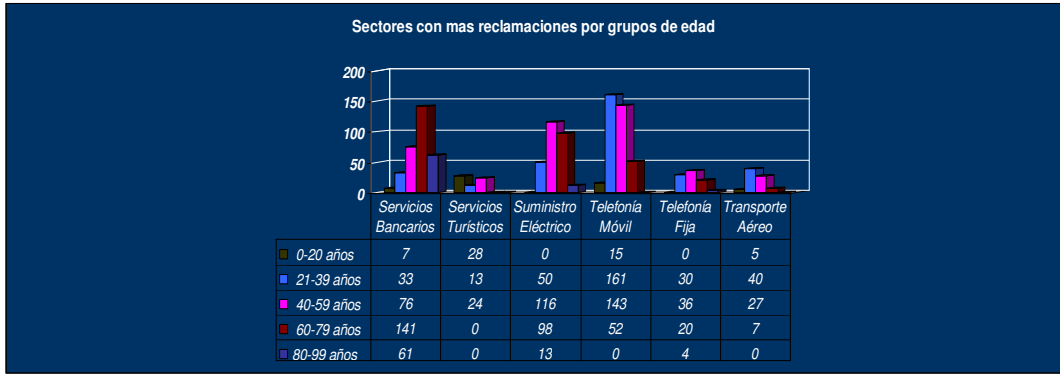
| Grupo de edad |             |     |
|---------------|-------------|-----|
|               | 0-20 años   | 59  |
|               | 21-39 años  | 489 |
|               | 40-59 años  | 591 |
|               | 60-79 años  | 388 |
|               | 80-99 años  | 87  |
|               | Desconocido | 50  |

En porcentaje el grupo más numeroso responde al de personas entre cuarenta y cincuenta y nueve años de edad.



Se destaca que en el grupo de 0-20 el sector mas reclamado es el de servicios de hostelería (ocio), en el grupo de 21-39 destaca la telefonía móvil, en el grupo de 40-59

destacan prácticamente por igual telefonía móvil y sector suministro eléctrico, mientras que el grupo de 60-79 destacan, sin duda las reclamaciones por servicios bancarios (preferentes y subordinadas) y suministro eléctrico y en el grupo de 80-99 destaca el sector bancario y muy por debajo el suministro eléctrico. Hay que destacar que en el último grupo no hay reclamaciones por telefonía móvil.



## SEXO

Teniendo en cuenta el factor género en relación a la presentación de reclamaciones podemos concluir que se han registrado, 868 reclamaciones presentadas por mujeres y 793 reclamaciones presentadas por hombres, las restantes fueron presentadas por personas jurídicas.

Las mujeres han utilizado en mayor medida que los hombres, los servicios municipales de consumo, aunque observamos que en un leve porcentaje, pues los grupos son bastante similares reflejando que los problemas de consumo afectan por igual a ambos grupos y ambos intentan defender sus derechos mediante la presentación de la oportuna reclamación.

Por sectores tanto mujeres como hombres han reclamado más frecuentemente en los mismos campos, **Servicios Bancarios, Suministro Eléctrico y Telefonía móvil**, pero Aunque el factor género no se supone como determinante en la presentación de reclamaciones, sí que hay determinados sectores que han experimentado mayor número de reclamaciones de hombres que de mujeres tales como, son academias de enseñanza, Agua, compraventa de automóviles, suministro de electricidad e Internet. Asimismo hay determinados sectores que solo han experimentado presentación de reclamaciones en un grupo o en otro, así solo hombres han presentado reclamaciones en el sector de seguros y de servicios deportivos y mantenimiento físico, mientras que

sólo mujeres han presentado reclamaciones en el sector de compra de ropa o servicios de peluquería y belleza.

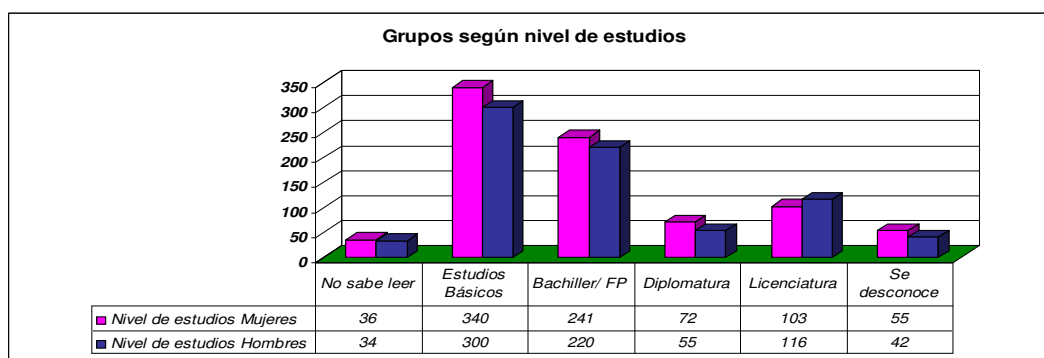


## NIVEL DE ESTUDIOS

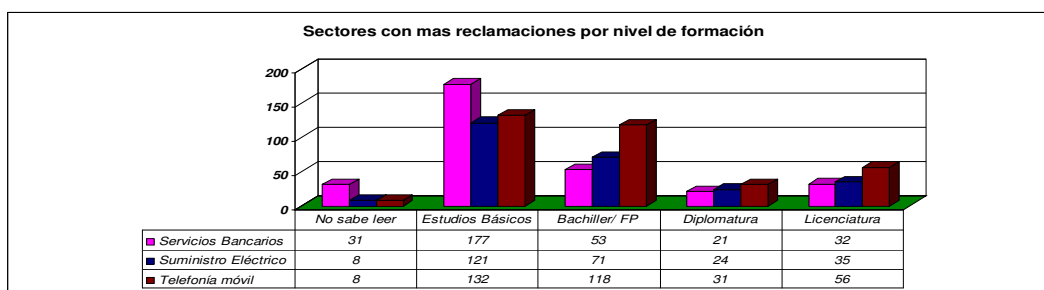
A continuación mostramos el perfil del reclamante de la OMIC teniendo en cuenta su nivel de estudios.

| Nivel de estudios |         |         |
|-------------------|---------|---------|
|                   | Mujeres | Hombres |
| No sabe leer      | 36      | 34      |
| Estudios Básicos  | 340     | 300     |
| Bachiller/ FP     | 241     | 220     |
| Diplomatura       | 72      | 55      |
| Licenciatura      | 103     | 116     |
| Se desconoce      | 55      | 42      |

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



Por sectores veremos como se comporta el consumidor según su grado de formación:



De los datos observamos que los servicios bancarios, participaciones preferentes y obligaciones subordinadas, han sido el sector que genera más conflictos para el grupo de población sin estudios o con estudios básicos, mientras que para todos los demás el sector con más conflictos ha sido el de la telefonía móvil.

### Reclamaciones por sectores

A continuación veremos las reclamaciones tramitadas por sectores, en las que destaca que un 58 % pertenecen al sector de telefonía, móvil, fija e Internet, mientras que un 18 % pertenecen al suministro eléctrico:

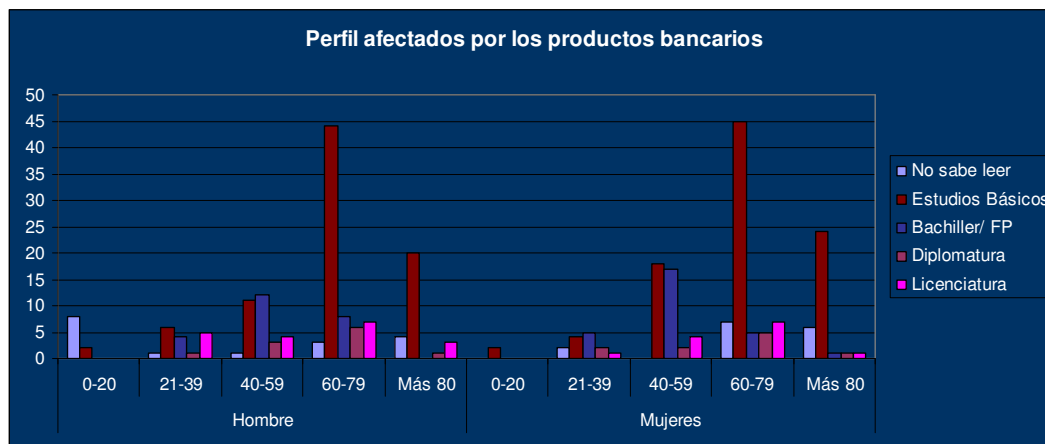
| <b>Sector Servicios</b>                  |     |        |
|------------------------------------------|-----|--------|
| Gas                                      | 29  | 2 %    |
| Agua                                     | 21  | 1 %    |
| Electricidad                             | 283 | 18 %   |
| SAT                                      | 20  | 1 %    |
| Telefonía Fija                           | 92  | 6 %    |
| Telefonía Móvil                          | 378 | 25 %   |
| Internet                                 | 58  | 4 %    |
| Servicios Postales                       | 4   | 0,26 % |
| Transporte Aéreo                         | 83  | 6 %    |
| Transporte Terrestre                     | 6   | 0,40 % |
| Transporte por ferrocarril               | 1   | 0,06 % |
| Comercio Electrónico                     | 17  | 1 %    |
| Venta a distancia                        | 12  | 1 %    |
| Banca/servicios Financieros              | 326 | 21 %   |
| Servicios Hostelería                     | 66  | 4 %    |
| Tintorerías                              | 9   | 1 %    |
| Academias de Enseñanza                   | 14  | 1 %    |
| Seguros                                  | 3   | 0,20 % |
| Reparaciones de automóviles              | 10  | 1 %    |
| Gasolineras                              | 2   | 0,1 %  |
| Servicios a domicilio                    | 16  | 1 %    |
| Servicios Profesionales                  | 16  | 1 %    |
| Servicios de intermediación inmobiliaria | 6   | 0,4 %  |
| Otros                                    | 58  | 4%     |

| <b>Sector Productos</b>         |    |      |
|---------------------------------|----|------|
| Ropa                            | 6  | 4 %  |
| Calzado y complementos          | 4  | 3 %  |
| Compraventa de vivienda         | 5  | 4 %  |
| Compraventa de automóviles      | 8  | 6 %  |
| Productos informáticos          | 30 | 22 % |
| Teléfonos móviles               | 34 | 25 % |
| Muebles                         | 13 | 10%  |
| Juguetes y artículos infantiles | 1  | 1 %  |
| Animales                        | 2  | 1%   |
| Electrodomésticos               | 12 | 10 % |
| Material Eléctrico              | 19 | 14%  |

### **Afectados por las participaciones preferentes / obligaciones subordinadas**

A continuación mostramos los porcentajes de afectados por estos productos bancarios que han presentado reclamaciones en esta Oficina reflejando su sexo y grado de formación:

| <b>Afectados por las participaciones preferentes según sexo y formación</b> |               |       |       |       |        |                |       |       |       |        |
|-----------------------------------------------------------------------------|---------------|-------|-------|-------|--------|----------------|-------|-------|-------|--------|
|                                                                             | <b>Hombre</b> |       |       |       |        | <b>Mujeres</b> |       |       |       |        |
|                                                                             | 0-20          | 21-39 | 40-59 | 60-79 | Más 80 | 0-20           | 21-39 | 40-59 | 60-79 | Más 80 |
| No sabe leer                                                                | 8             | 1     | 1     | 3     | 4      | -              | 2     | -     | 7     | 6      |
| Estudios Básicos                                                            | 2             | 6     | 11    | 44    | 20     | 2              | 4     | 18    | 45    | 24     |
| Bachiller/ FP                                                               | -             | 4     | 12    | 8     | -      | -              | 5     | 17    | 5     | 1      |
| Diplomatura                                                                 | -             | 1     | 3     | 6     | 1      | -              | 2     | 2     | 5     | 1      |
| Licenciatura                                                                | -             | 5     | 4     | 7     | 3      | -              | 1     | 4     | 7     | 1      |



Se observa que el perfil de consumidor de las preferentes y/o subordinadas presentadas en esta oficina es de personas entre sesenta y setenta y nueve años con estudios básicos tanto en el sector masculino como femenino.

La estadística con todos los sectores se indica a continuación:

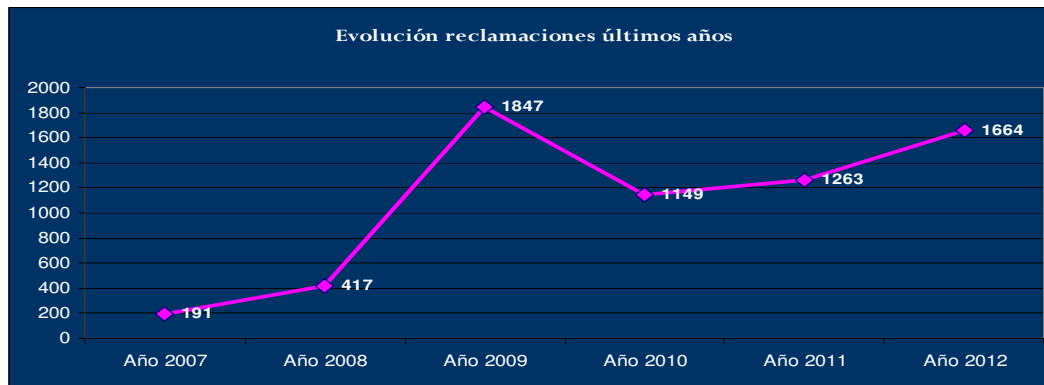
### Sector Servicios

|                                          |     |
|------------------------------------------|-----|
| Gas                                      | 29  |
| Academias de Enseñanza                   | 14  |
| Agua                                     | 21  |
| Banca/servicios Financieros              | 326 |
| Comercio Electrónico                     | 17  |
| Electricidad                             | 283 |
| Gasolineras                              | 2   |
| Internet                                 | 58  |
| Otros                                    | 58  |
| Reparaciones de automóviles              | 10  |
| SAT                                      | 20  |
| Seguros                                  | 3   |
| Servicios a domicilio                    | 16  |
| Servicios de intermediación inmobiliaria | 6   |
| Servicios Hostelería                     | 66  |
| Servicios Postales                       | 4   |
| Servicios Profesionales                  | 16  |
| Telefonía Fija                           | 92  |
| Telefonía Móvil                          | 378 |
| Tintorerías                              | 9   |
| Transporte Aéreo                         | 83  |
| Transporte por ferrocarril               | 1   |
| Transporte Terrestre                     | 6   |
| Venta a distancia                        | 12  |

### Sector productos

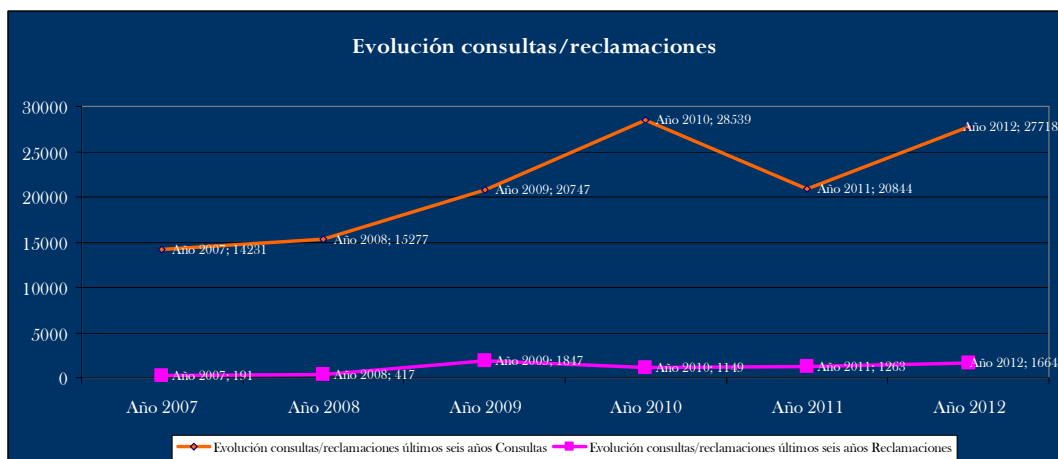
|                                 |    |
|---------------------------------|----|
| Material Eléctrico              | 19 |
| Electrodomésticos               | 12 |
| Animales                        | 2  |
| Juguetes y artículos infantiles | 1  |
| Muebles                         | 13 |
| Teléfonos móviles               | 34 |
| Productos informáticos          | 30 |
| Compraventa de automóviles      | 8  |
| Compraventa de vivienda         | 5  |
| Calzado y complementos          | 4  |
| Ropa                            | 6  |

A continuación mostramos una gráfica donde se observa claramente la evolución de reclamaciones presentadas en los últimos años y se puede analizar la evolución de la actividad de la oficina:

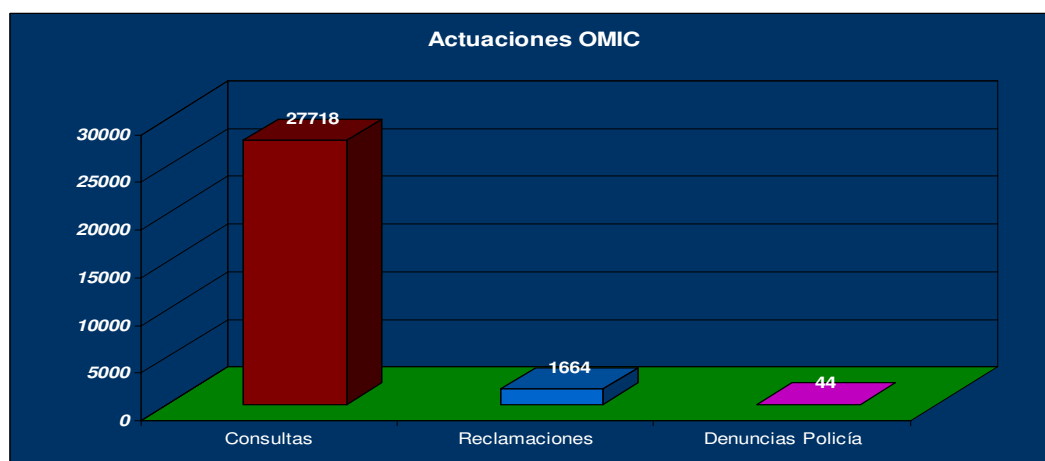


A continuación, mostramos la evolución de consultas y reclamaciones de los últimos cinco años, donde se puede observar el importante aumento de demanda de este servicio por los ciudadanos:

| Evolución consultas/reclamaciones últimos seis 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          |



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 resultarán un número importante de reclamaciones. Hay que insistir en que este amplio volumen de consultas esta motivado, tal y como ya se indicó por la atención de consultas de ciudadanos de practicamente todas las localidades de nuestro entorno, no solo de ciudadanos de la ciudad de A Coruña, así como consultas que no son exclusivamente de consumidores, toda vez que se refieren a otros sectores como transportes, sanidad, bienestar, cultura.... entre otros.



## Gestión de las reclamaciones

Una vez presentada la reclamación, se estudia y se procede con el trámite correspondiente. De las reclamaciones presentadas y tramitadas 518 se han resuelto favorablemente para la persona consumidora, 152 se han remitido a la Junta Arbitral, al tratarse de empresas adheridas a este Sistema de resolución

extrajudicial 718 se han derivado a otros organismos y otras OMICS por motivos de competencia territorial de las que 565 se han remitido al IGC para su oportuna valoración como denuncia con informe previo de la OMIC, 32 a otras dependencias municipales y las restantes fueron archivadas.

Asimismo en importes económicos el valor total de las reclamaciones presentadas ha sido de **9.612.178,61 €** de las que **9.059.602,16 €** han sido de participaciones preferentes. Se ha realizado mediación por un total de **522.899, 25 €** resueltas favorablemente **187.652, 62 €** que han sido devueltos a los consumidores lo que supone que se resuelto un 36 % del importe total reclamado.

## Mediaciones

Una de las tareas más relevantes de la actividad de la OMIC consiste en la tramitación y resolución, si procede, a través de la mediación, de las reclamaciones que se presenten mediante el acuerdo de las partes (consumidor/empresario) para someter la resolución del conflicto, de forma voluntaria, a este procedimiento. Además y aunque la OMIC de A Coruña ya venía realizando esta tarea con regularidad, desde la entrada en vigor de la nueva normativa de protección de los derechos de los consumidores en mayo del 2012 esta actuación se convierte en obligatoria en todas las reclamaciones presentadas por los consumidores de nuestro ámbito territorial.

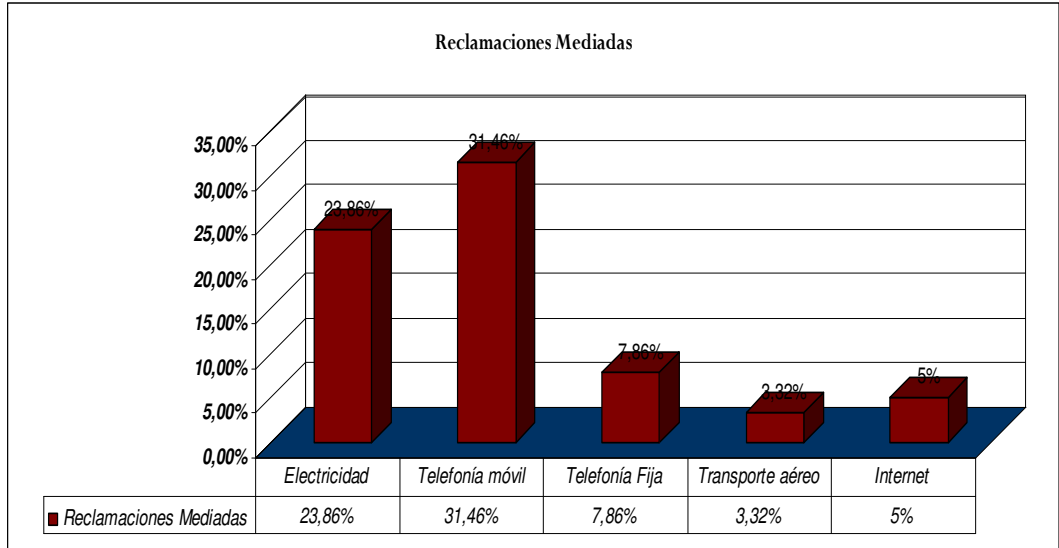
De las reclamaciones presentadas, **1144 fueron tramitadas a través de la mediación**, un 69 % del total de las presentadas en la OMIC.

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, 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 fundamentalmente en la ley.

Por sectores, fueron las empresas de telefonía móvil las que recibieron más propuestas de mediación, siguiéndole las electricas, la telefonía fija, y el transporte aéreo.



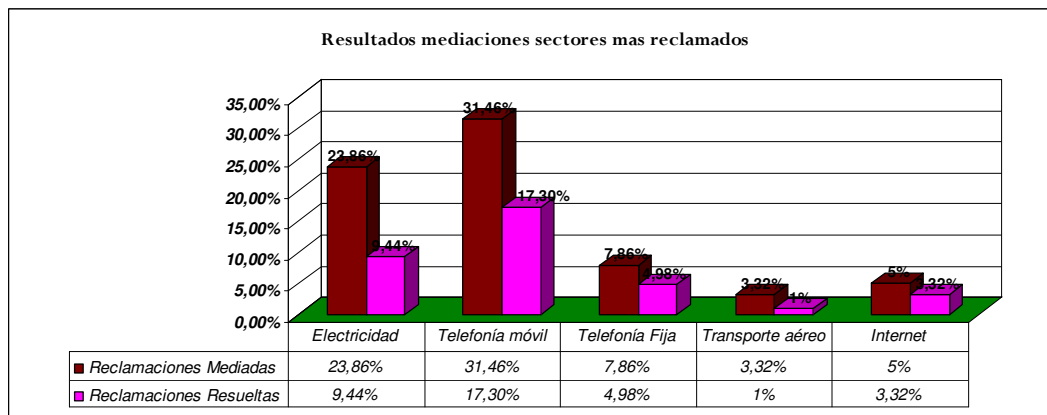
De esas 1144 reclamaciones mediadas, en **518 se obtuvo un resultado positivo** con acuerdo entre las partes, lo que viene a suponer un **45.30 %** de expedientes tramitados a través de este procedimiento. A continuación mostramos una tabla con la gestión de tramitación de las mediaciones por sectores diferenciando del total las que se han tramitado por esta vía con el indicador de las resueltas directamente por la OMIC. Las reclamaciones relativas a Electricidad y telefonía móvil son las que se han tramitado en porcentaje superior, tal y como se muestra en la siguiente tabla:

| <b>Mediaciones por Sectores 2012</b> |                                          |                |                   |                  |
|--------------------------------------|------------------------------------------|----------------|-------------------|------------------|
|                                      | <b>Sectores</b>                          | <b>Totales</b> | <b>Propuestas</b> | <b>Resueltas</b> |
| <b>Servicios</b>                     | Gas                                      | 29             | 29                | 14               |
|                                      | Agua                                     | 21             | 21                | 4                |
|                                      | Electricidad                             | 283            | 273               | 107              |
|                                      | SAT                                      | 20             | 19                | 1                |
|                                      | Telefonía Fija                           | 92             | 90                | 55               |
|                                      | Telefonía Móvil                          | 378            | 360               | 198              |
|                                      | Internet                                 | 58             | 57                | 38               |
|                                      | Servicios Postales                       | 4              | 2                 | 1                |
|                                      | Transporte Aéreo                         | 83             | 38                | 11               |
|                                      | Transporte Terrestre                     | 6              | 3                 | 0                |
|                                      | Transporte por ferrocarril               | 1              | 0                 | 0                |
|                                      | Comercio Electrónico                     | 17             | 16                | 10               |
|                                      | Venta a distancia                        | 12             | 12                | 5                |
|                                      | Servicios Hostelería                     | 66             | 11                | 1                |
|                                      | Tintorerías                              | 9              | 9                 | 1                |
|                                      | Academias de Enseñanza                   | 14             | 13                | 1                |
|                                      | Reparaciones de automóviles              | 10             | 8                 | 1                |
|                                      | Gasolineras                              | 2              | 2                 | 2                |
|                                      | Servicios a domicilio                    | 16             | 13                | 3                |
|                                      | Servicios Profesionales                  | 16             | 14                | 4                |
|                                      | Servicios de intermediación inmobiliaria | 6              | 6                 | 0                |
|                                      | Otros                                    | 58             | 18                | 14               |
| <b>Productos</b>                     | Ropa                                     | 6              | 6                 | 2                |
|                                      | Calzado y complementos                   | 4              | 4                 | 1                |
|                                      | Compraventa de vivienda                  | 5              | 5                 | 1                |
|                                      | Compraventa de automóviles               | 8              | 8                 | 4                |
|                                      | Productos informáticos                   | 30             | 29                | 14               |
|                                      | Teléfonos móviles                        | 34             | 32                | 14               |
|                                      | Muebles                                  | 13             | 13                | 4                |
|                                      | Juguetes y artículos infantiles          | 1              | 1                 | 0                |
|                                      | Animales                                 | 2              | 2                 | 0                |
|                                      | Electrodomésticos                        | 12             | 11                | 5                |
|                                      | Material Eléctrico                       | 19             | 19                | 2                |
|                                      | <b>Totales</b>                           | <b>1335</b>    | <b>1144</b>       | <b>518</b>       |

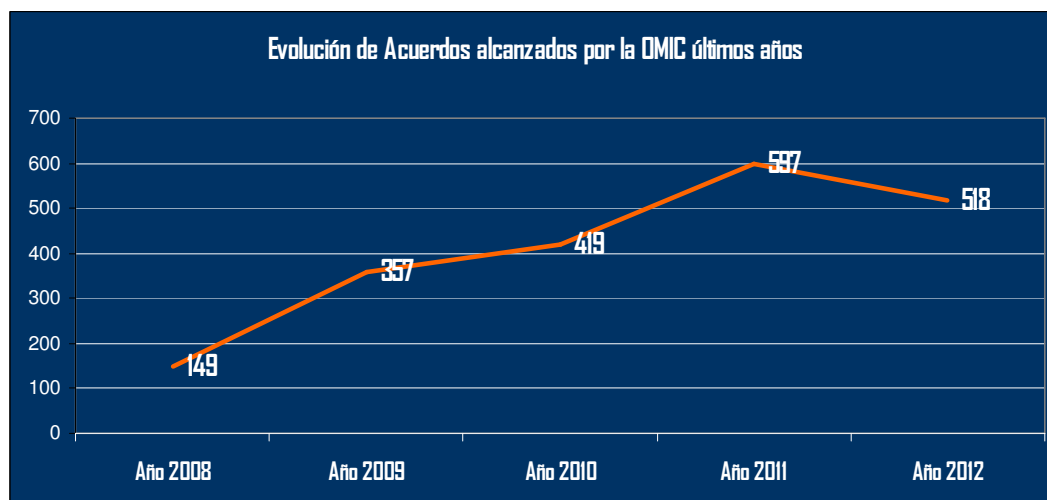
Como podemos observar los sectores telefonía fija y de Internet son las que en porcentajes más resultados positivos han generado pues la telefonía fija ha generado un 7,86 % de propuestas de mediación de las que han sido resueltas

favorablemente casi un 5 % y con el sector de Internet se han propuesto en un 5% del total y han sido favorables un 3,32 %.

Veremos a continuación un gráfico con alguno de los sectores que generaron mas mediaciones con los resultados de dichos sectores:



La gestión del procedimiento de mediación a través de la OMIC es uno de los trámites más demandados por los consumidores y ha ido evolucionando consolidándose esta función como una de las mas demandados para solventar los conflictos entre los consumidores y empresarios. Si observamos la relación de los últimos cuatro años, se puede comprobar que la función mediadora y el número de expedientes resueltos a través de este trámite es uno de los aspectos mas destacables de este servicio.



## Expedientes remitidos a la Junta Arbitral (152)

La Omic efectuó la remisión a la Junta Arbitral de todas aquellas reclamaciones cuya empresa denunciada está adherida al Sistema Arbitral de Consumo, realizado el trámite de mediación previa. Hay que tener en cuenta que las reclamaciones relativas a participaciones preferentes y obligaciones subordinadas se remitieron al IGC para su oportuna tramitación, estas se reflejarán en el apartado de expedientes trasladados.

La estadística por sectores de expedientes remitidos directamente a la Junta Arbitral, tras mediación previa, se corresponde con el siguiente gráfico:



Como se puede observar el sector que mas solicitudes de arbitraje generó fue el de la telefonía móvil a mucha distancia del siguiente sector que ha sido el de la telefonía fija.

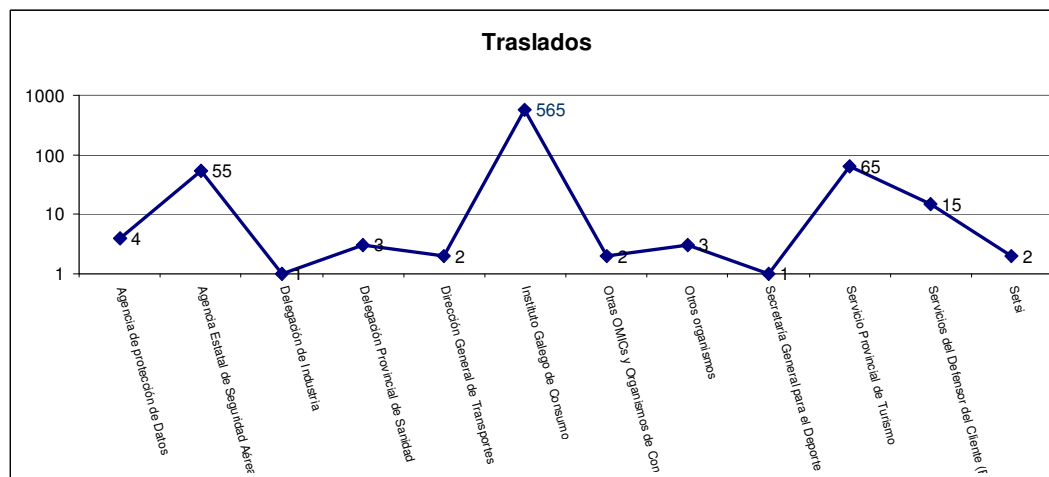
## Traslados (718)

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 2012 suben considerablemente el número de expedientes trasladados, motivado por las reclamaciones suscitadas por las participaciones preferentes y las obligaciones subordinadas. Si descontamos estas últimas, el porcentaje de reclamaciones trasladadas aumenta en relación al 2011, aunque esto es proporcional al aumento de reclamaciones.

Es necesario indicar que **280 de los expedientes trasladados, fueron mediados previamente**, por otro lado es necesario indicar que 313 se refieren a participaciones preferentes y obligaciones subordinadas.

A continuación se muestra un grafico con las reclamaciones/denuncias trasladadas en el 2012 y el órgano de transmisión.

| <b>Traslados 2012</b>                                                   |           |
|-------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>Organismo</b>                                                        | <b>Nº</b> |
| Agencia de protección de Datos                                          | 4         |
| Agencia Estatal de Seguridad Aérea                                      | 55        |
| Delegación de Industria                                                 | 1         |
| Delegación Provincial de Sanidad                                        | 3         |
| Dirección General de Transportes                                        | 2         |
| Instituto Galego de Consumo                                             | 565       |
| Otras OMICs y Organismos de Consumo                                     | 2         |
| Otros organismos                                                        | 3         |
| Secretaría General para el Deporte                                      | 1         |
| Servicio Provincial de Turismo                                          | 65        |
| Servicios del Defensor del Cliente (Entidades Aseguradoras y Bancarias) | 15        |
| Setsi                                                                   | 2         |



El órgano que recibió mayor número de traslados fue el Instituto Galego de Consumo con 565 de las que 313 se referían a participaciones preferentes y obligaciones subordinadas, siguiéndole el Servicio Provincial de Turismo al que se

tramitaron 65 reclamaciones y la Agencia Estatal de Seguridad Aérea, que recibió 55 expedientes de este servicio.

Asimismo, y por otro lado, la OMIC trasladó **32 expedientes a otras dependencias** municipales en función de la competencia específica, cuatro menos que en el 2011 y 77 menos que el año 2010.



## 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.

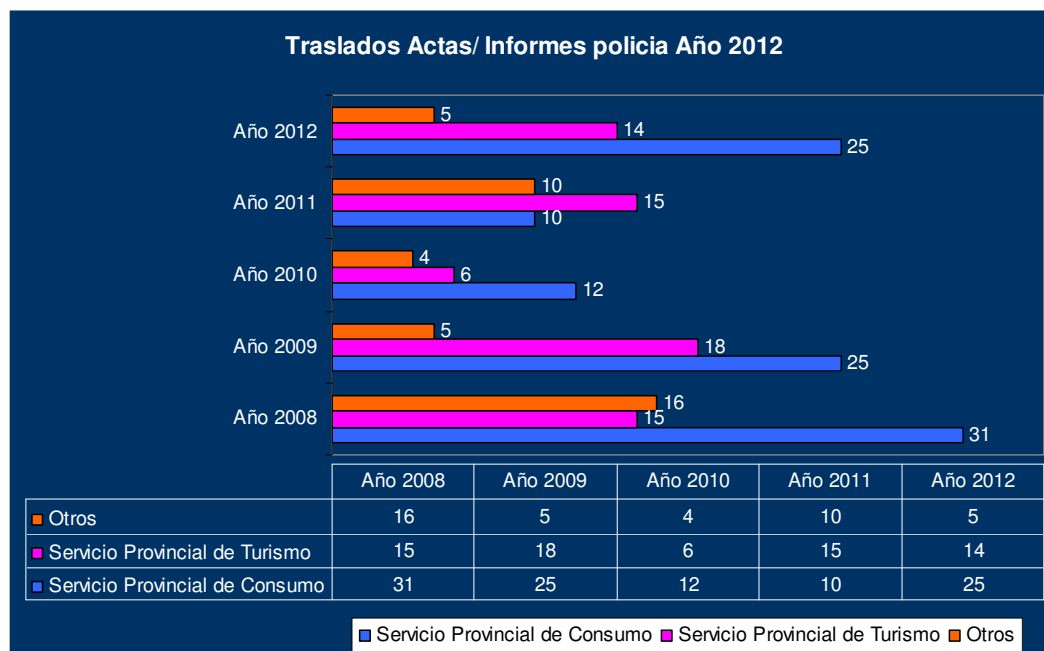
Asimismo, levantó informes de servicio ante posibles hechos constitutivos de infracciones en materia de consumo, informando a las partes, de la posibilidad de presentar una reclamación ante los órganos de consumo.

La policía **realizó 44 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.**



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 las actuaciones de la policía de los últimos años:



## Publicaciones, Campañas y actividades

### Campañas informativas: día del consumidor (15 de MARZO)

El 15 de marzo con motivo del Día Mundial de los Derechos del Consumidor se llevó a cabo una actividad con escolares en tres mercados de la ciudad de A Coruña, concretamente en el de San Agustín, el de As Conchiñas y el de Plaza de Lugo.

En la actividad participaron casi 200 escolares de 3º y 4º de Educación Primaria de siete colegios de la ciudad que se distribuyeron entre los tres mercados. Así, los alumnos del CEIP María Barbeito acudieron al Mercado de As Conchiñas, mientras que los niños de los colegios Sanjurjo de Carricarte, Víctor López Seoane, Curros Enríquez y Montel Touzet visitaron el mercado de San Agustín y los colegios Labaca y Zalaeta conocieron el mercado de Plaza de Lugo.

De 10.00 a 12.30 horas los niños visitaron los mercados y desarrollaron varias actividades didácticas relacionadas con los alimentos y una dieta saludable de la mano de 12 monitores. Asimismo, elaboraron una brocheta con frutas de temporada compradas en los propios mercados y se le regaló a cada niño un delantal, un libro sobre reciclaje y un mantel individual con un diseño didáctico que comprendía la pirámide nutricional, adivinanzas y pautas para llevar a cabo una alimentación saludable.



Con esta actividad se ha conseguido, inculcar a los niños/as la práctica de una alimentación sana y equilibrada, mostrándoles y enseñándoles los MERCADOS DE NUESTRA CIUDAD para reforzar el conocimiento de los distintos grupos de alimentos existentes, el origen de cada uno, su elaboración, manipulación y consumo adecuado a la edad y necesidades de los alumnos/as. Durante el transcurso de esta VISITA los alumnos no solo conocieron los mercados sino la calidad de los productos que se venden en ellos.



**Los niños observaron todos y cada uno de los puestos del mercado, y plantearon todas las dudas que les iban surgiendo durante la visita**



Por otro lado ese día se desarrollo un programa monográfico sobre consumo en Onda Cero Radio en el que participó la Teniente de Alcalde responsable de Consumo Doña Luisa Cid y las diferentes organizaciones de consumidores de nuestro Ayuntamiento. El programa también contó con la colaboración de escolares que estaban participando en las actividades de los mercados.

Además del programa protagonizado por escolares, los centros cívicos de Monelos y San Diego desarrollaron actividades dirigidas para la celebración del día Internacional de los Derechos de los Consumidores. Asimismo se realizó una jornada de puertas abiertas contando con la colaboración de las diferentes asociaciones de consumidores de la ciudad en las instalaciones de la OMIC, en la Cuesta de la Palloza.

## Talleres 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 2012 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**

- **Escuela de Verano 2012**

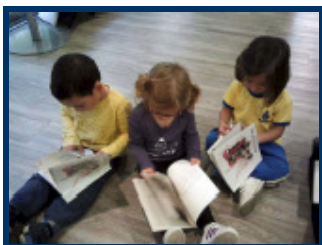
## **PROGRAMA ANUAL DE FORMACIÓN EN CONSUMO**

Con carácter anual el Servicio de Consumo viene desarrollando un conjunto de acciones formativas, que se integran en el Programa anual de Formación en consumo.

El programa del año 2012 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 dentro del antiguo programa Aprender Coruña 2011/2012 y del nuevo Coruña Educa 2012/2013, que tratan actividades educativas con temas básicos de la educación del consumidor de manera práctica e interactiva con los participantes. Van dirigidos al colectivo escolar y, 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 de 34 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 primer semestre del 2012, correspondiente al curso 2011/2012 se realizaron 212 talleres en 32 centros educativos con una participación de 4239 niños/as.

En el último trimestre del 2012, correspondiente al curso 2012/2013 se realizaron de octubre hasta diciembre 61 talleres en 15 centros educativos con una participación de 1508 niños/as.

El desarrollo y ejecución se realizó en los propios centros educativos.

| Nivel educativo                        | Nº participantes |
|----------------------------------------|------------------|
| Educación Infantil (EI)                | 1988             |
| Educación Primaria Obligatoria (EPO)   | 1906             |
| Educación Secundaria Obligatoria (ESO) | 1048             |
| Bachiller (Bach.)                      | 251              |
| Formación Profesional (FP)             | 496              |
| Educación Especial (EE)                | 58               |
| <b>TOTAL</b>                           | <b>5747</b>      |

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

Son acciones formativas de una hora 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 2012 se desarrollaron un total de 37 talleres en 9 centros cívicos con un total de 524 participantes.

Los Centros que participaron fueron los siguientes:

- Centro Cívico de Monelos
- Centro Cívico de San Diego
- Centro Cívico de Palavea
- Centro Cívico de Labañou
- Centro Cívico de Los Rosales
- Centro Cívico de Mesoiro
- Centro Cívico de Pescadores
- Centro Cívico de San Pedro de Visma
- Centro Cívico de Monte Alto

***Sesiones formativas para adultos.*** Son acciones formativas de una hora y cuarto de duración que, bajo el formato de charla apoyada con medios audiovisuales y posibilidad de coloquio, se aclaran aspectos básicos del consumo. Se impartieron en las instalaciones de la OMIC a lo largo de los meses de abril y mayo y la oferta se estableció en los siguientes bloques temáticos:

- 13 de abril: el merchandising en las tiendas
- 20 de abril: las compras por Internet
- 27 de abril: una compra ecológica
- 04 de mayo: economía doméstica: agua, energía y telefonía
- 11 de mayo: servicios de tarificación adicional
- 18 de mayo: derechos y deberes del consumidor
- 25 de mayo: reclamaciones y arbitraje de consumo

***Escuela de Verano 2012.*** Este programa educativo tiene como objetivo primordial que los niños aprendan, desde edades tempranas, hábitos y comportamientos responsables a la hora de consumir, y que conozcan de primera mano el proceso que siguen los productos en el mercado.

Durante los meses de julio y agosto se ha celebrado en las instalaciones de la Oficina Municipal de Información al Consumidor de la ciudad de A Coruña un programa, destinado a niños y niñas en edades comprendidas entre los 3 y 10 años. Las diversas actividades lúdicas realizadas, han permitido que los participantes se acercasen a un consumo y alimentación responsables y sostenibles, donde el ahorro y el respeto por nuestro entorno son básicos de cara al futuro. Las actividades se llevaron a cabo en 4 turnos de 15 días cada uno. Cada turno, estuvo integrado por un total de 50 niños. Estos turnos estuvieron, a su vez, divididos en dos grupos de 25 niños (uno de 3 a 6 años y otro de 7 a 10 años). Nos centramos en dos áreas totalmente definidas, que marcaron la temática de cada turno.

Temática:

- **1º y 3º turno: Alimentación saludable**

Reconocerán la importancia de una buena alimentación aprendiendo a realizar una alimentación sana y saludable, en aras a mejorar su nutrición y potenciar buenos hábitos alimenticios. Se incluirán visitas guiadas a la lonja de A Coruña y a los **mercados** municipales para conocer mejor su funcionamiento y fomentar la compra de producto fresco y de calidad.

- **2º y 4º turno: Consumo responsable**

Aprendieron a crear y transformar objetos cotidianos de deshecho en juguetes, disfraces y productos infantiles típicamente estivales. Se pretende, a través de diferentes talleres, la creación de juguetes de uso típicamente estival contruídos por los niños con sus propias manos e inteligencia, a partir de material de deshecho, de forma que se estimule la invención a través de los experimentos, se agudice la percepción y se fomente la imaginación y la fantasía.



***Participantes de la Escuela de Verano de visita por los mercados***



***Participantes de la Escuela de Verano de visita por la Lonja de A Coruña***



**De los datos finales de participación en el Programa Anual de Consumo se refleja que participaron 6736 personas, en 398 talleres en Educación Infantil, Educación Primaria Obligatoria, Educación Secundaria Obligatoria (ESO),**

**Bachillerato, Formación Profesional y Educación Especial, Centros Cívicos, talleres de Adultos y Escuela de Verano.**

La participación general fue la siguiente:

| PROGRAMAS EDUCATIVOS                                                   |            |           |               |
|------------------------------------------------------------------------|------------|-----------|---------------|
|                                                                        | Talleres   | Centros   | Participantes |
| Programa Aprender Coruña/ Coruña Educa                                 | 273        | 47        | 5747          |
| Programa Formativo Centros Cívicos                                     | 37         | 9         | 524           |
| Programa formativo para adultos                                        | 7          | OMIC      | 75            |
| Programa educativo “Escuela de Verano”                                 | 74         | OMIC      | 200           |
| Programa Visita al mercado de mi Barrio<br>(colaboración con mercados) | 7          | 7         | 190           |
| <b>TOTALES</b>                                                         | <b>398</b> | <b>63</b> | <b>6736</b>   |



**Uno de los grupos de participantes de la Escuela de Verano**

## La PÁGINA WEB



**Oficina Municipal de Información al Consumidor**


 Ayuntamiento de A Coruña  
 Concello da Coruña

castellano | galego | [mapa web](#)

[La OMIC](#)
[Educación para el consumo](#)
[El arbitraje de consumo](#)
[Zona del consumidor](#)
[Publicaciones](#)

[Más avisos](#)
[Preguntas frecuentes](#)
[Derechos y normativa](#)
[Consejos](#)
[Enlaces](#)
[Noticias](#)
[Asociaciones](#)

**Talleres**

- Aprende 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

**Oferta Formativa**

- Escuela de Verán 2011
- Programas educativos
- Inscripciones


 Escuela del pequeño consumidor

**Preguntas frecuentes**

- Preguntas frecuentes**  
 todas | productos y servicios | telecomunicaciones | transporte aéreo | varios | ventas | vivienda
- ¿Cuál es la diferencia entre fecha de duración mínima y la fecha de caducidad en el etiquetado de los productos alimenticios?
- ¿Un producto alimenticio procedente de un estado miembro de la U.E. debe indicar el lugar de origen?
- ¿He llevado a reparar mi televisor en garantía y lleva tres meses, queda incrementado en el periodo de garantía? ¿Deben dármele por escrito?
- ¿He comprado un vehículo de segunda mano y al mes de comprarlo me encuentro con que no me enciende, voy a reclamar al concesionario que me lo ha vendido y me dicen que no tengo garantía ¿¿Tiene razón?
- ¿He solicitado un presupuesto por la reparación de una lavadora, me parece caro, por lo que no lo acepto pero quieren cobrarme por ello, que puedo hacer?
- Han venido a mi casa a repararme un calentador y en cinco minutos lo arreglaron pero me quieren cobrar una hora de mano de obra, ¿pueden hacerlo?
- ¿Pueden en el taller cobrarme gastos de estancia?



## Página Web

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

Visitas: 17.808

Visitantes exclusivos: 10.971

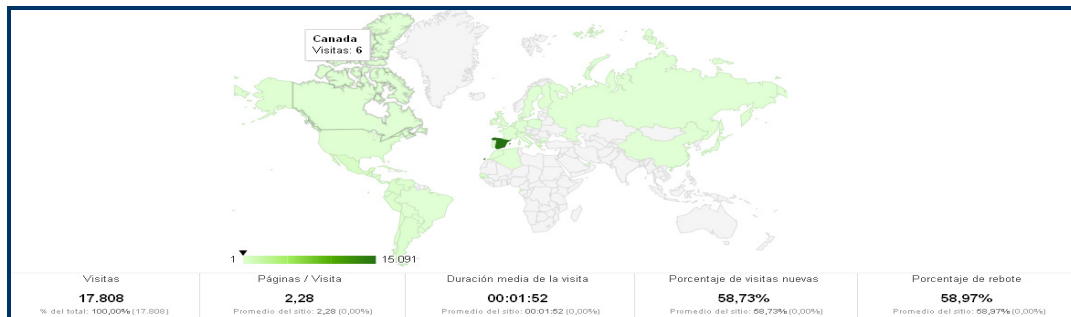
Páginas vistas: 40.562

Páginas/visita: 2,28

Duración media de la visita:  
00:01:52

Porcentaje de rebote: 58,97%

Porcentaje de visitas nuevas:  
58.73%



| Pais/territorio | Visitas |
|-----------------|---------|
| 1. Spain        | 15.091  |
| 2. Mexico       | 620     |
| 3. Colombia     | 307     |
| 4. Argentina    | 281     |
| 5. Peru         | 226     |
| 6. Venezuela    | 162     |
| 7. Chile        | 132     |
| 8. Nicaragua    | 128     |
| 9. (not set)    | 118     |
| 10. Panama      | 106     |