



**AYUNTAMIENTO DE  
LOGROÑO**

**OFICINA MUNICIPAL DE INFORMACION  
AL**

**Consumidor**



**MEMORIA  
2016**

## INDICE

<b><u>LA DEFENSA DEL CONSUMIDOR EN LA DENOMINADA SOCIEDAD DE LA INFORMACION.....</u></b>	<b><u>3</u></b>
<b><u>ACTUACIONES:.....</u></b>	<b><u>5</u></b>
1. ANÁLISIS ESTACIONAL .....	6
2. EVOLUCIÓN HISTÓRICA .....	7
3. REPARTO PROPORCIONAL DE ACTUACIONES .....	8
4. DISTRIBUCIÓN MENSUAL DE EXPEDIENTES.....	9
5. ESTUDIO COMPARATIVO RESPECTO AL AÑO ANTERIOR.....	10
6. DISTRIBUCION ENTRE BIENES Y SERVICIOS.....	11
7. ESTUDIO TEMÁTICO.....	15
8. ANÁLISIS POR EL MEDIO UTILIZADO .....	17
9. CAUSAS DE LAS CONSULTAS .....	18
10. EL CONSUMIDOR LOGROÑES - REPARTO DE LAS CONSULTAS SEGÚN EL SEXO DEL CONSUMIDOR .....	19
11. ACTUACIONES ENTRE SECTORES DE LA CIUDAD .....	20
12. EXPEDIENTES SANCIONADORES.....	21
<b><u>CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES .....</u></b>	<b><u>22</u></b>
• LOGROSTOCK	
• VISITA DE CENTRO ESCOLAR	
<b><u>SUBVENCIONES A ASOCIACIONES DE CONSUMIDORES.....</u></b>	<b><u>27</u></b>
<b><u>CONCLUSIONES.....</u></b>	<b><u>28</u></b>

## **LA OMIC, DEFENSA DEL CONSUMIDOR EN LA DENOMINADA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN.**

La denominada “sociedad de la información” viene determinada por la extraordinaria expansión de las redes de telecomunicaciones, y en especial de internet, como vehículo de transmisión e intercambio de todo tipo de información. Su incorporación a la vida económica y social, ofrece innumerables ventajas, como el incremento de las posibilidades de elección para los usuarios, pero también numerosos problemas que la sociedad de la información ofrece fundamentalmente al consumidor: contratación de bienes y servicios por vía electrónica, desde el punto de vista de la defensa del consumidor.

Estos servicios ofrecidos por los operadores de telecomunicaciones, los proveedores de acceso a internet, los portales, los motores de búsqueda, o cualquier otro sujeto que disponga de un sitio en internet a través del que realice algunas de las actividades indicadas, incluido el comercio electrónico, han dado lugar a consultas y reclamaciones a lo largo del año.

El lugar de establecimiento del prestador del servicio es un elemento esencial.

La celebración de contratos por vía electrónica, su validez y la eficacia del consentimiento prestado por vía electrónica, es una de las causas de mayor indefensión para el consumidor, que no dispone de soporte estable antes de realizar esta contratación.

La publicidad es vinculante, pero estas técnicas utilizan métodos de publicidad personalizada y el consumidor desconoce que dispone de un plazo de 15 días para recibirla en soporte estable.

Los servicios de atención al cliente dejan en muchos casos descontento al consumidor y éste desconoce que cada una de las conversaciones queda grabada y que se debe facilitar el número de referencia de la misma para que pueda aportarla como prueba al realizar su reclamación.

Por tanto a la OMIC, que continúa con su tramitación habitual dentro del comercio minorista de cercanía, se le abren una serie de líneas de defensa para el consumidor que utiliza las nuevas técnicas de contratación.

A continuación se presenta la Memoria del año 2016 que consta de las siguientes partes:

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

## ACTUACIONES

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

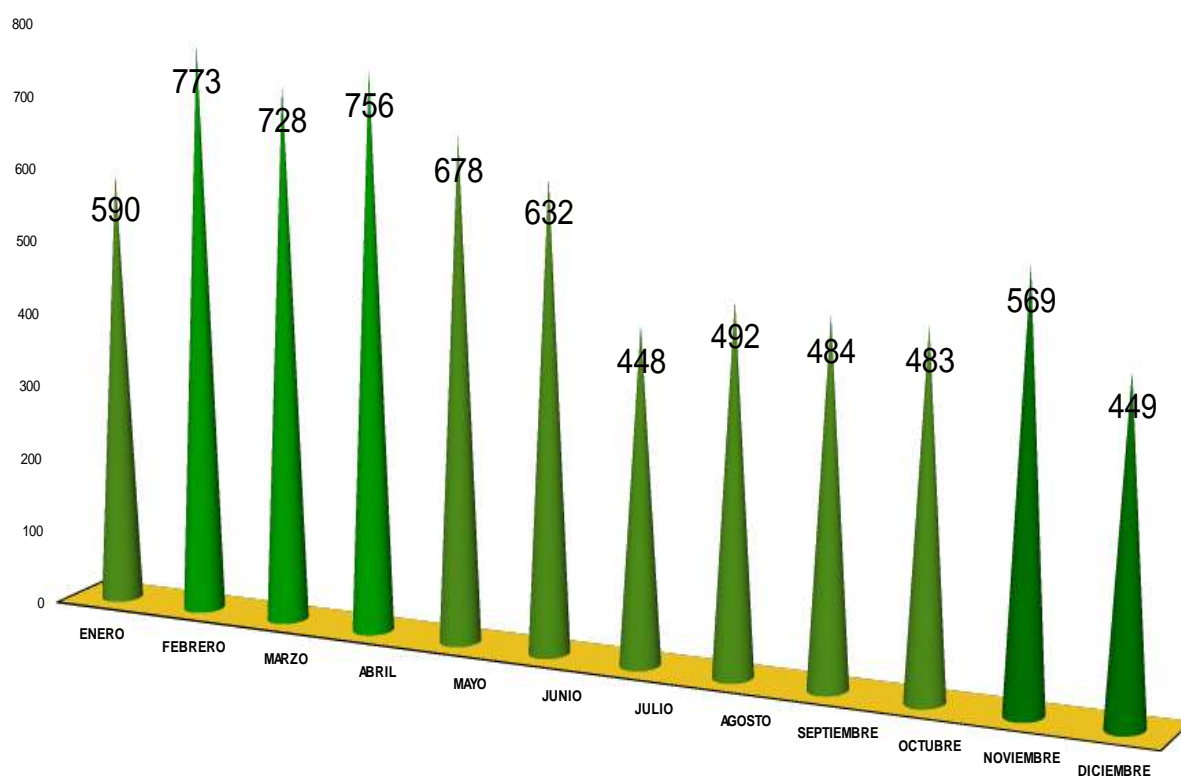
Pasamos a realizar un análisis exhaustivo de las actuaciones realizadas a lo largo del año 2016 por la OMIC.

El análisis tendrá diferentes vertientes:

- Por un lado, se analiza la frecuencia de las mismas, mediante un estudio estacional, donde se extraerán conclusiones sobre los períodos más consumistas del año. También se hace una referencia a la evolución histórica del total de actuaciones durante la última década.
- Distribución porcentual de consultas, reclamaciones y denuncias.
- Se observa el número de expedientes tramitados desde esta oficina, con un estudio histórico sobre su evolución en los últimos años.
- Se clasifican las consultas en grupos temáticos y las características más determinantes en cada grupo.
- Se examina la proporción de actuaciones según el medio de consulta utilizado.
- Se analiza la incidencia de consultas en relación con los distintos sectores en que se divide la ciudad.
- Se realiza una prospección de la distribución de las consultas en relación con una pirámide de edades, para conocer qué grupo de consumidores según su sexo y edad (jóvenes, adultos o 3ª edad) acuden más a la OMIC.
- Finaliza la memoria con las conclusiones a las que se llega con los datos reflejados en la misma.

## 1.- ANÁLISIS ESTACIONAL

El conjunto de las actuaciones efectuadas a lo largo del año 2016 en la Oficina Municipal de Información al Consumidor de Logroño ha sido de 7082, que representa un ligero repunte respecto al año anterior, con la siguiente distribución.

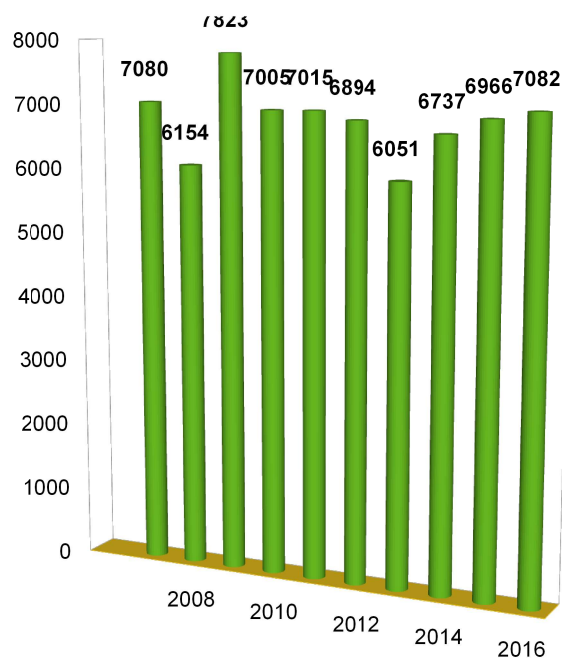


### DISTRIBUCIÓN DE ACTUACIONES AÑO 2016

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

## 2.- EVOLUCIÓN HISTÓRICA

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

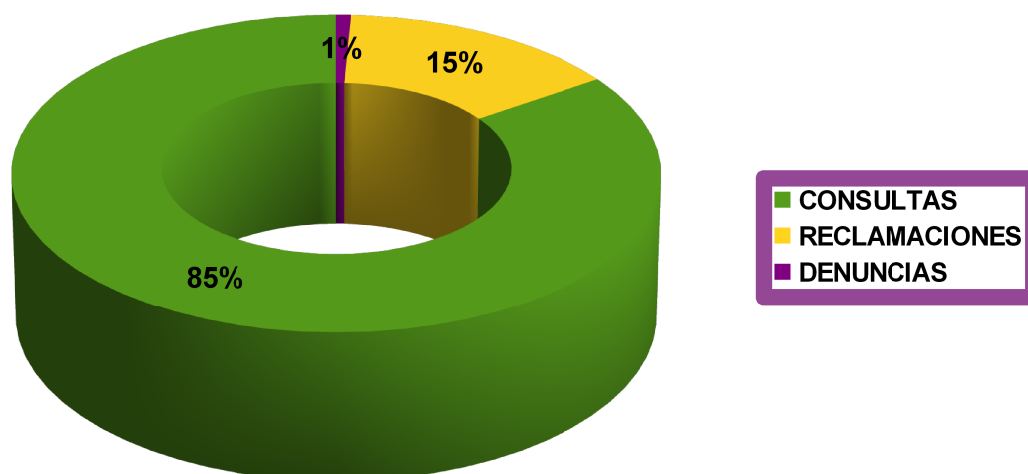


**EVOLUCIÓN HISTÓRICA DE LAS CONSULTAS DE LA OMIC EN LOS ÚLTIMOS 10 AÑOS**

### 3.- REPARTO PROPORCIONAL DE ACTUACIONES

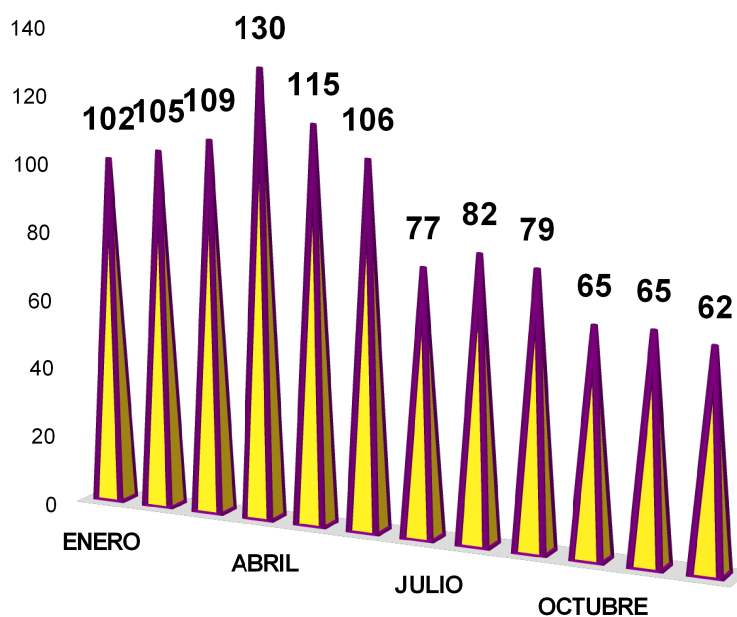
Tradicionalmente el consumidor de Logroño, prefiere la información antes que la reclamación o la subsiguiente denuncia, por lo tanto en la distribución de actuaciones, las consultas conllevan un **84,51% ( 5985)** del total, mientras que las reclamaciones suponen un **14,71 % (1042)** y las denuncias un **0,78% (55)** del total de actuaciones.

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





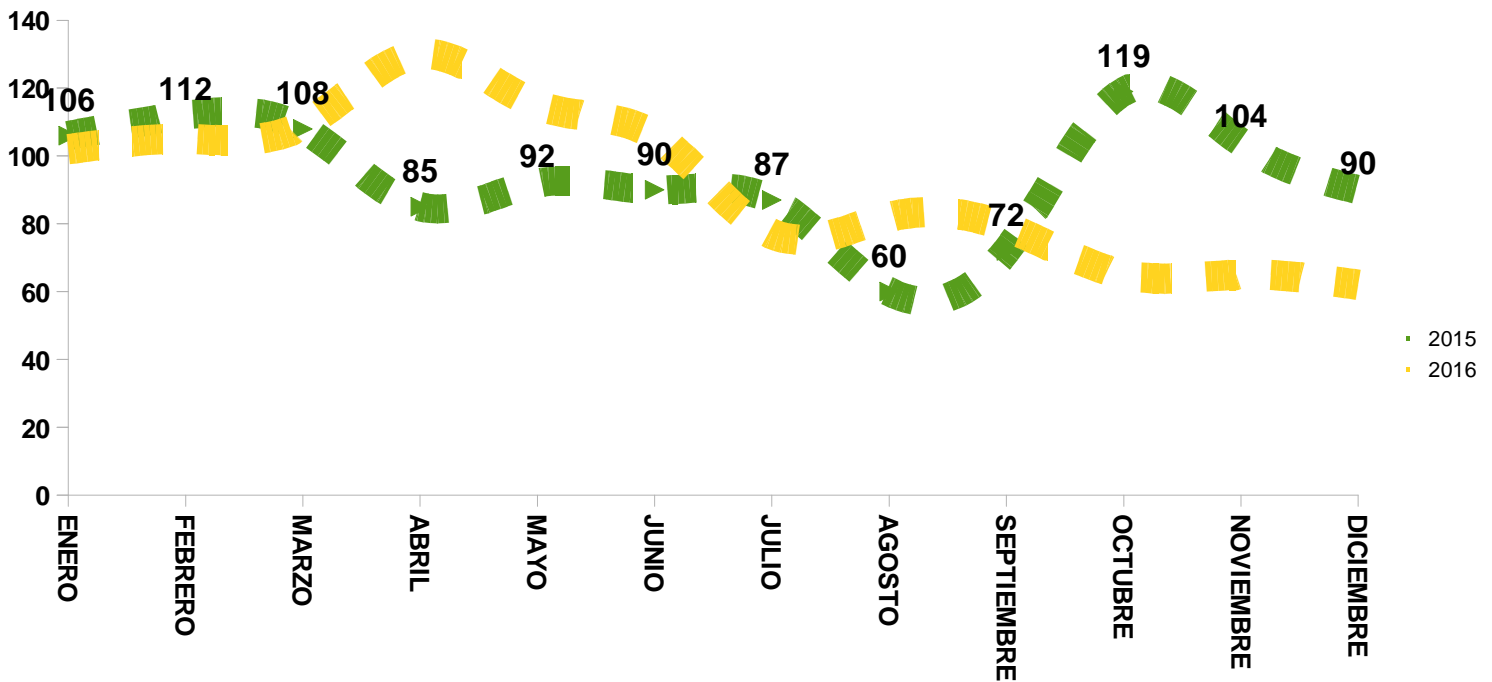
DISTRIBUCIÓN MENSUAL DE “EXPEDIENTES” DURANTE EL AÑO 2016



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

**COMPARACIÓN DE EXPEDIENTES RECIBIDOS AÑOS 2015 Y 2016**

MES	AÑO 2015	AÑO 2016
● ENERO.....	106.....	102.....
● FEBRERO.....	112.....	105.....
● MARZO.....	108.....	109.....
● ABRIL.....	85.....	130.....
● MAYO.....	92.....	115.....
● JUNIO.....	90.....	106.....
● JULIO.....	87.....	77.....
● AGOSTO.....	60.....	82.....
● SEPTIEMBRE.....	72.....	79.....
● OCTUBRE.....	119.....	65.....
● NOVIEMBRE.....	104.....	65.....
● DICIEMBRE.....	90.....	62.....
<b>TOTAL.....</b>	<b>1.125.....</b>	<b>1.097.....</b>



## **5.- DISTRIBUCION ENTRE BIENES Y SERVICIOS**

Definir consumo como un concepto que abarque un número concreto de productos y servicios, es una tarea ardua y difícil, por lo que tratando de sistematizar, se han englobado las consultas planteadas a lo largo de este año 2.016, en dos bloques temáticos:

1. BIENES
2. SERVICIOS

### **BIENES:**

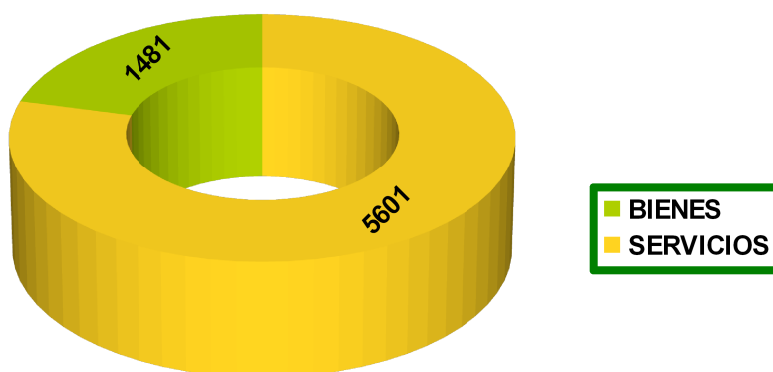
- Alimentación y bebidas
- Animales domésticos
- Electrodomésticos: línea blanca, línea marrón.
- Electrónica e informática: ordenador, movil, etc
- Enseres del hogar : mobiliario, decoración, etc..
- Juguetes
- Material de limpieza y aseo
- Productos sanitarios y farmacéuticos.
- Textil, piel y calzado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

### **SERVICIOS:**

- Administración, Asesoría y gestoría
- Agencia de viajes
- Agua
- Bancos y Entidades financieras.
- Contratos electrónicos
- Correos, telégrafos y mensajería
- Electricidad
- Enseñanza
- Espectáculos públicos, cines, salas de fiestas, conciertos, etc.
- Gas natural
- Gases licuados
- Gasolineras, estaciones de servicio
- Hostelería y restauración.
- Intermediación de servicios inmobiliarios
- Internet
- Peluquería y cosmética
- Reparación y mantenimiento del hogar.
- Servicio asistencia técnica de electrodomésticos.
- Sanidad: privada y pública.
- Seguros: automóvil, hogar, etc.
- Talleres de automóvil
- Telefonía: Fija y móvil
- Tiempo compartido.
- Tintorerías
- Transporte de mercancías.
- Transporte público : terrestre y aéreo.
- Tratamiento de datos personales.
- Ventas a distancia: catálogo, teléfono, televisiva, etc.
- Otros servicios

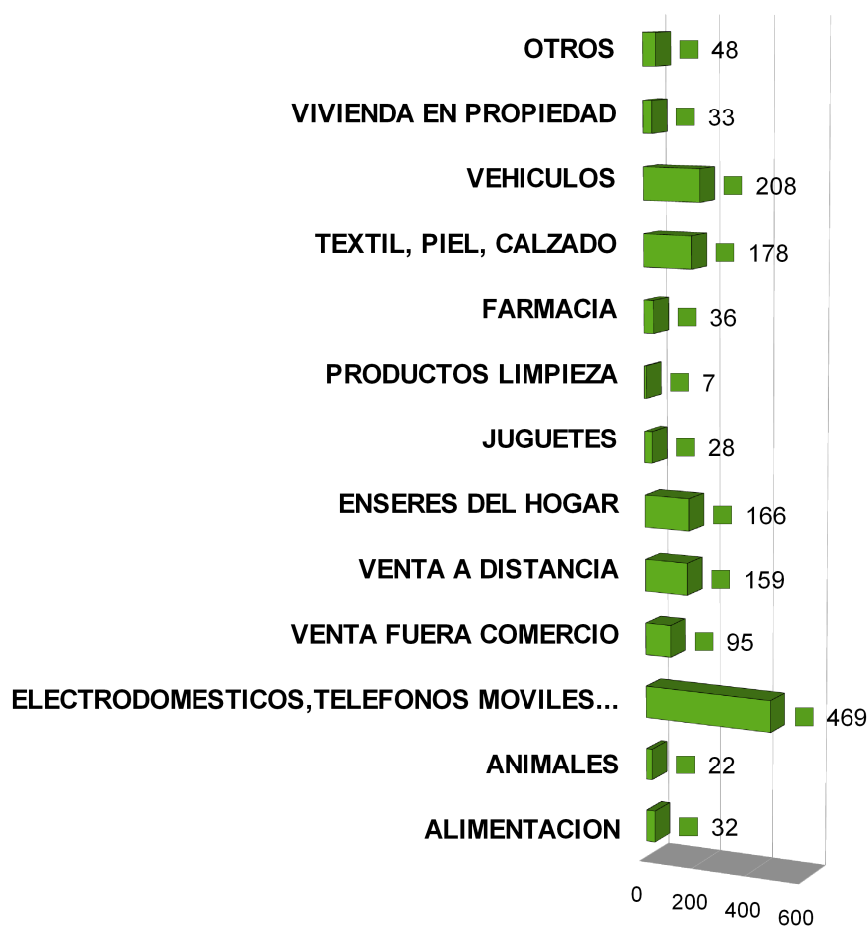
¿Cuáles han sido los temas más demandados dentro de estos bloques, por el consumidor de Logroño ?

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



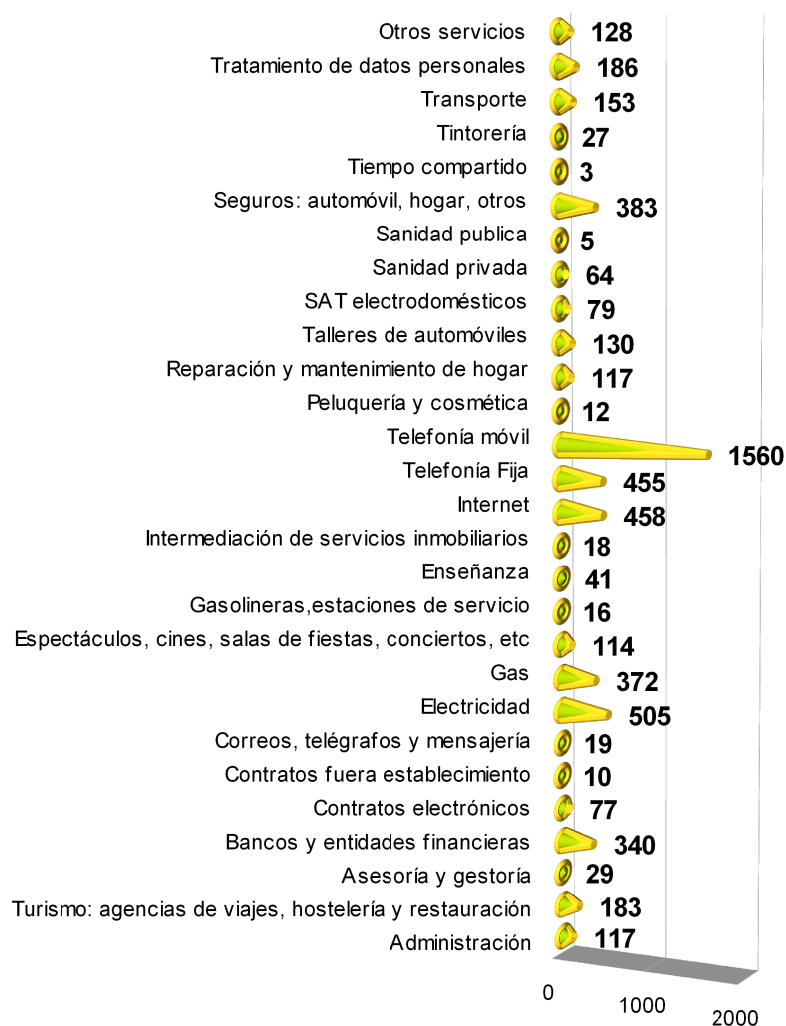
**DISTRIBUCIÓN ENTRE BIENES Y SERVICIOS**

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



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

● **SECTOR SERVICIOS:** En este sector se aprecia que el ámbito significativamente más demandado por el consumidor es el de telecomunicación, pero es relevante el incremento con respecto al año anterior, la variación al alza de la compra a distancia y fuera de establecimiento comercial con respecto al año 2015.



### DISTRIBUCION DE LAS CONSULTAS REALIZADAS EN EL SECTOR SERVICIOS

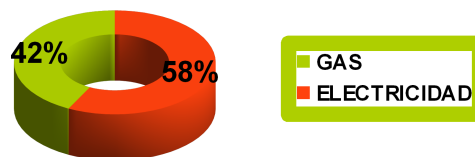
## 6.-TEMÁTICA

La temática se ha modificado con los años, aunque siguen siendo el sector de **telecomunicaciones y bancos**, los más demandados en esta ocasión, e introduciendo las reclamaciones del paso al mercado libre de los servicios esenciales (**GAS y ELECTRICIDAD**) y la mayor utilización del **comercio a distancia y la venta fuera del establecimiento**

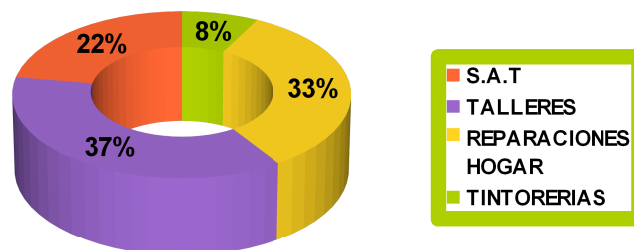
### DISTRIBUCIÓN TELECOMUNICACIONES



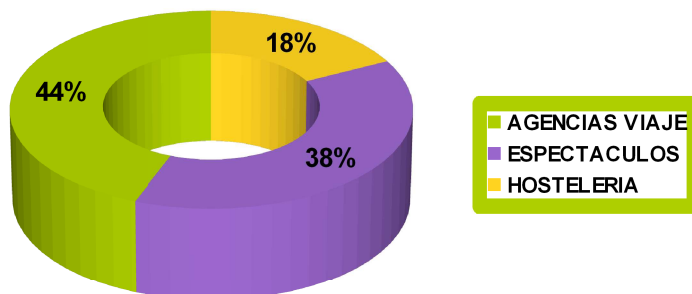
### SERVICIOS ESENCIALES



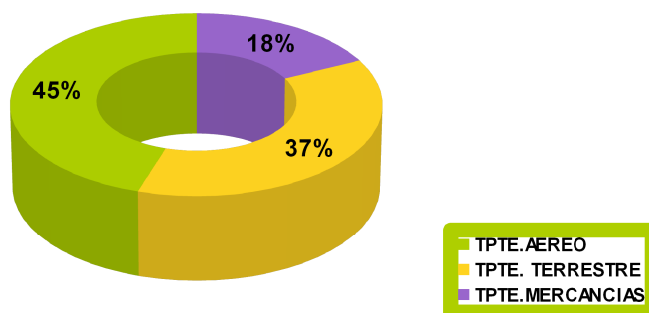
### OTROS SERVICIOS



**DISTRIBUCIÓN DE OCIO**



**DISTRIBUCIÓN DE TRANSPORTE**



**SECTOR FINANCIERO**





## 7.- ANÁLISIS POR EL MEDIO UTILIZADO

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

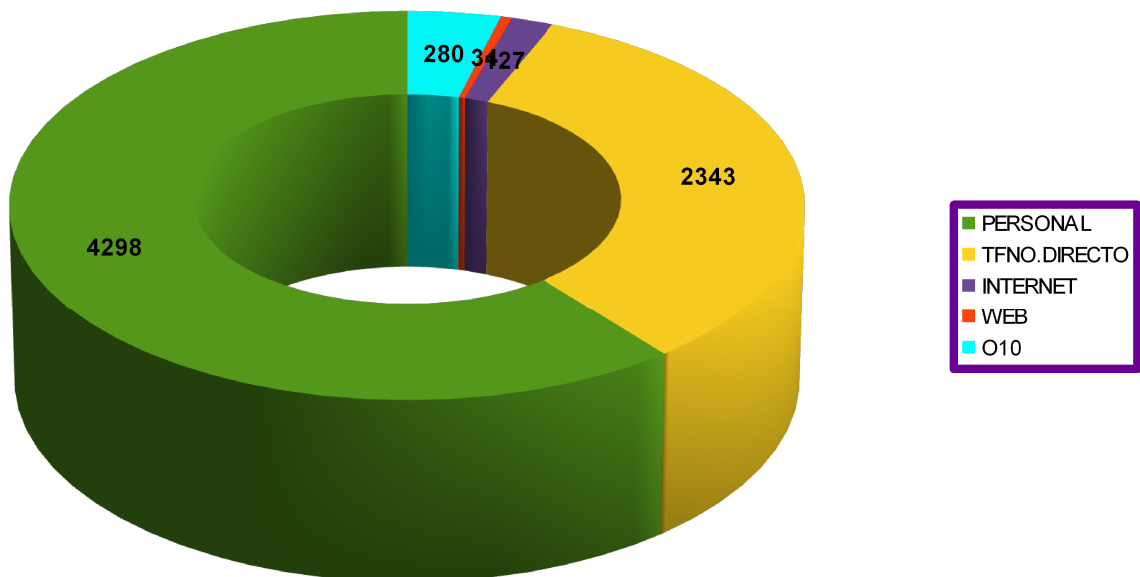
Para realizar el siguiente estudio, se ha realizado una toma de datos de las personas que demandan los servicios de la OMIC.

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

Alrededor de un 60,69 % de los consumidores se dirige personalmente a la OMIC para hacer sus consultas y reclamaciones.

El 37,04% utiliza el teléfono para consultar, un 33,08 % a través del teléfono directo de la oficina y un 3,96 % mediante el Servicio 010.

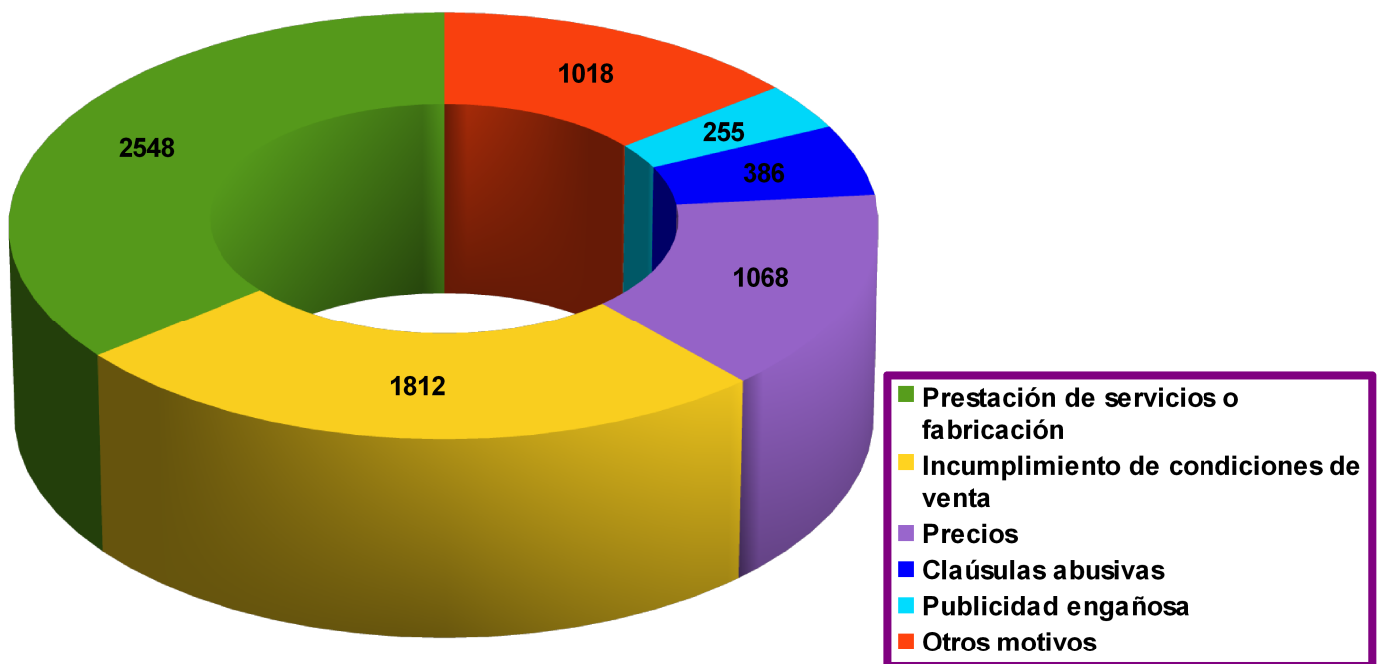
También podemos señalar que cada vez se utiliza más el correo electrónico para efectuar las consultas, siendo un 2,27 % del total de las consultas ( Web municipal y correo electrónico), manteniendo nivel inferior al año anterior.



## 8.- CAUSAS DE LAS CONSULTAS

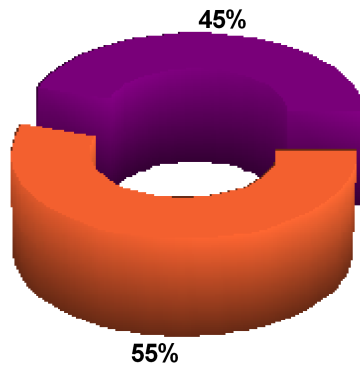
Como puede apreciarse en el gráfico de causas o motivos de consulta o reclamación, es la prestación de servicios o defectos de fabricación, el motivo más común que hace que el ciudadano acuda a la OMIC, seguido de los problemas relacionados con los precios y ofertas comerciales relacionados con los mismos.

- Prestación de servicios o de fabricación 2543
- Incumplimiento de condiciones de venta 1812
- Precios 1068
- Cláusulas abusivas 386
- Publicidad engañosa 255
- Otros motivos 1018

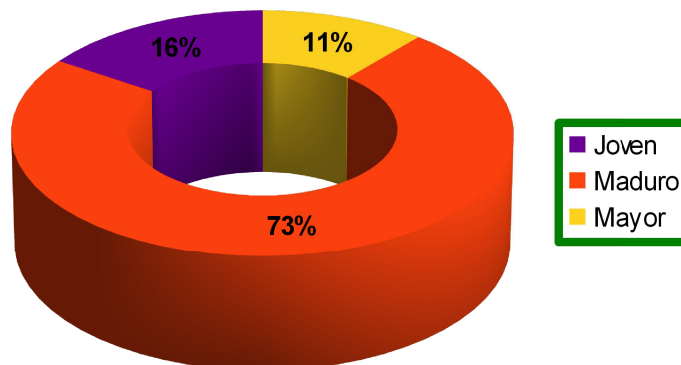


## 9.- REPARTO DE LAS CONSULTAS SEGÚN EL SEXO DEL CONSUMIDOR

En cuanto al consumidor en sí, 3846 son mujeres, frente a 3236 hombres, continuando en línea ascendente la participación masculina.

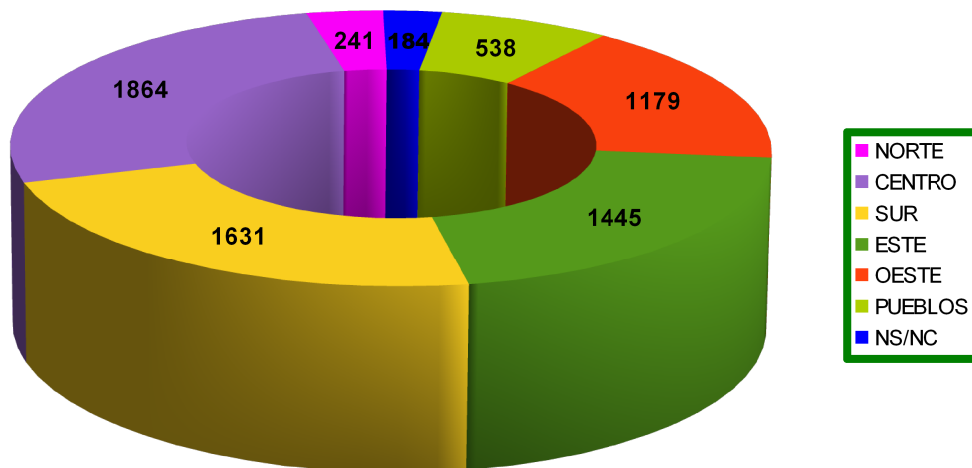


En cuanto a su distribución por tramos de edad, el orden de importancia entre los tres intervalos de edad distinguidos, sigue siendo el mismo : jóvenes (18 a 30 años) 15,62 %, maduros (30 a 65 años) **73,21%** y personas mayores (mayores de 65 años) 11,17%.



## 10 ACTUACIONES ENTRE SECTORES DE LA CIUDAD DE LOGROÑO

Se mantienen los mismos datos porcentuales que durante el año 2.016



## 11.- EL CONSUMIDOR LOGROÑES

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

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

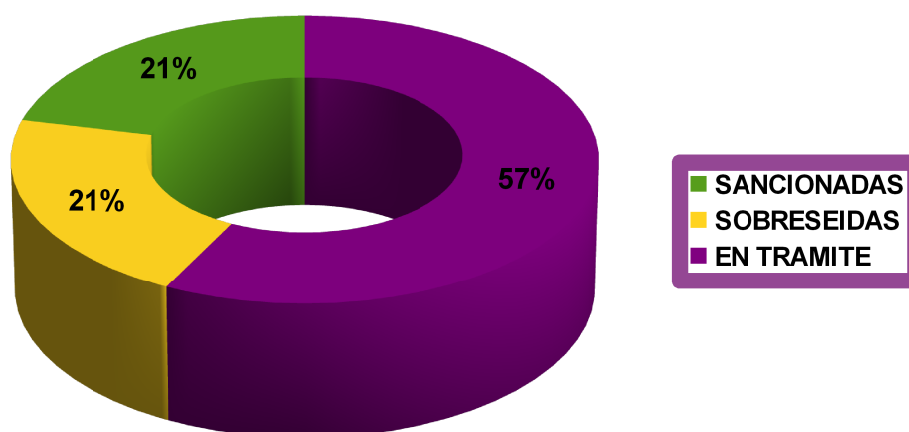
## 12.- EXPEDIENTES SANCIONADORES

Expedientes sancionadores del año 2016, tramitados desde la OMIC:

- Expedientes. incoados: 196
- Sanciones impuestas: 37 (importe total de 28.028,50 €)
- Archivados (una vez incoados): 43
- En trámite: 116

Desde la OMIC se procedió a informar para proceder a su sanción, un total de 196 expedientes entre las reclamaciones y denuncias presentadas por los consumidores.

El principal motivo de estos informes trata sobre el incumplimiento sistemático de las empresas de comercio electrónico de facilitar el contrato (condiciones particulares y generales) al consumidor, con carácter previo a la contratación de los servicios ofertados.



### PRINCIPALES MOTIVOS POR LOS QUE SE INSTRUYEN

- No enviar contratos de servicios a distancia.
- No enviar las grabaciones telefónicas realizadas.
- No aplicar promociones ofertadas de forma telefónica.
- Imposición de servicios al consumidor de forma unilateral.
- Falta de contestación al requerimiento de la OMIC
- No disponer o negarse a facilitar las hojas de reclamación.
- Contestaciones que no corresponden con la reclamación efectuada.
- Ausencia de prueba en las alegaciones aportadas.

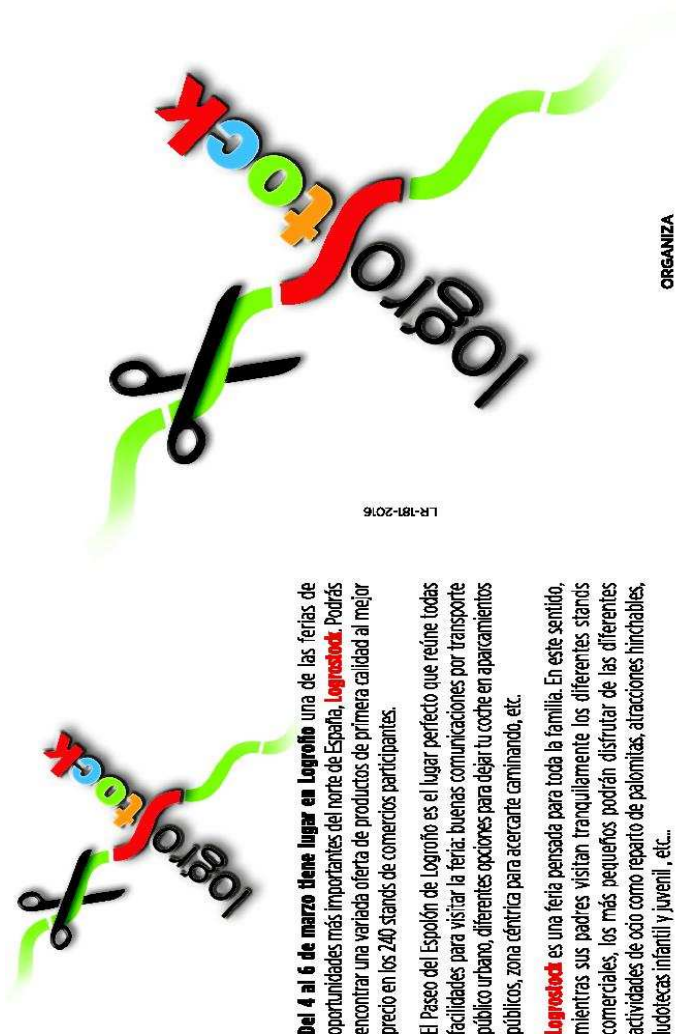
## **CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES**

## **ACTIVIDADES**

### **LOGROSTOCK 2016 DEL 4 AL 6 DE MARZO DE 2.016.**

Siendo la única ocasión de contacto con una gran parte de los comerciantes de nuestra ciudad, con motivo de su participación en Logrostock, se hizo una revisión de las cuestiones que afectan principalmente al comercio de cercanía:

- Publicidad
- Obligación de entrega de factura simplificada o ticket y, en caso de ser solicitada por el consumidor, entrega de factura íntegra.
- Garantía de los productos que adquiere el consumidor final.
- Los vales.
- Finalmente, la obligatoriedad de entrega Hojas de Reclamación al consumidor que las solicite.



L-R-181-2016

**Del 4 al 6 de marzo tiene lugar en Logroño** una de las ferias de oportunidades más importantes del norte de España, **Logrostock**. Podrás encontrar una variada oferta de productos de primera calidad al mejor precio en los 240 stands de comercios participantes.

El Paseo del Espolón de Logroño es el lugar perfecto que reúne todas las facilidades para visitar la feria: buenas comunicaciones por transporte público urbano, diferentes opciones para dejar tu coche en aparcamientos públicos, zona céntrica para acercarte caminando, etc.

**Logrostock** es una feria pensada para toda la familia. En este sentido, mientras sus padres visitan tranquilamente los diferentes stands comerciales, los más pequeños podrán disfrutar de las diferentes actividades de ocio como reparto de palomitas, atracciones hinchables, ludotecas infantil y juvenil, etc...

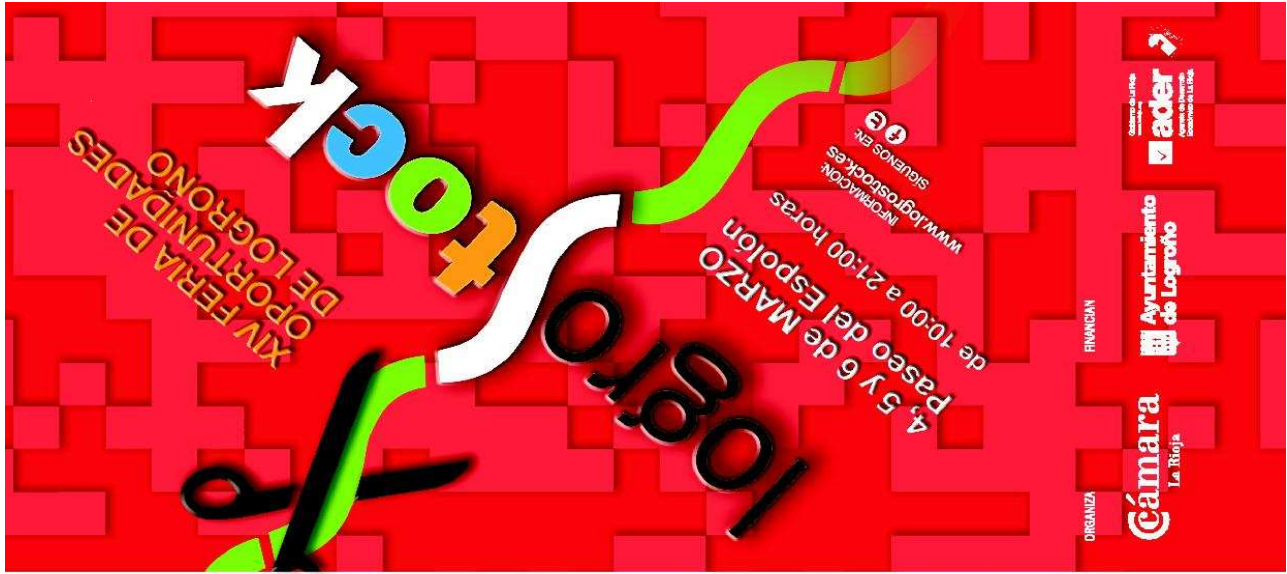
**HORARIOS**

**FERIA:** de 10:00 a 21:00 h.

**PUNTO DE INFORMACIÓN:** de 10:00 a 21:00 h.

- **ATRACCIONES HINCHABLES:** de 10:00 a 14:00 h. y de 16:30 a 20:30h.
- **LUDOTECAS:** 10:00 a 14:00 h. y de 16:30 a 20:30 h.  
3-7 años (infantil), 8-12 años (juvenil)
- **PALOMITAS:** de 11:00 a 14:00 y de 17:30 a 20:30 h.

• **LOS TICKETS** para las ludotecas, atracciones, hinchables, y palomitas son completamente gratuitos y estarán a su disposición durante los días de feria en cualquiera de los stands de los comercios participantes, y también en el punto de información de Logrostock.







- ORGANIZA**
- Cámara La Rioja**
- FINANCIAN**
- Ayuntamiento de Logroño**
  - adler**
- INFORMACIÓN Y TICKETS**
- PROBADORES
  - LUDOTECAS
  - PALOMITAS GRATUITAS
  - ATRACCIONES HINCHABLES
  - SERVICIOS
  - ENTIDADES DEL GERMIL LA RIOJA

TODO SOBRE LOGROSTOCK EN:  
[www.logrostock.es](http://www.logrostock.es)  
 SIGUE EN

**logrostock**

**ESTABLECIMIENTOS PARTICIPANTES**

801	802	803	804	805	806	807	808	809	810	811	812	813	814	815	816	817	818	819	820	821	822	823	824	825	826	827	828	829	830	831	832	833	834	835	836	837	838	839	840	841	842	843	844	845	846	847	848	849	850	851	852	853	854	855	856	857	858	859	860	861	862	863	864	865	866	867	868	869	870	871	872	873	874	875	876	877	878	879	880	881	882	883	884	885	886	887	888	889	890	891	892	893	894	895	896	897	898	899	900	901	902	903	904	905	906	907	908	909	910	911	912	913	914	915	916	917	918	919	920	921	922	923	924	925	926	927	928	929	930	931	932	933	934	935	936	937	938	939	940	941	942	943	944	945	946	947	948	949	950	951	952	953	954	955	956	957	958	959	960	961	962	963	964	965	966	967	968	969	970	971	972	973	974	975	976	977	978	979	980	981	982	983	984	985	986	987	988	989	990	991	992	993	994	995	996	997	998	999	1000
-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	------

## VISITA DEL COLEGIO MADRE PAULA MONTALT

Charla sobre el funcionamiento de la OMIC a los dos cursos de segundo de FPB Servicios Administrativo y FPB Servicios Comerciales.



## SUBVENCIONES A ASOCIACIONES DE CONSUMIDORES AÑO 2016

De conformidad con lo establecido en el artículo 32 de la Ley 5/2013 en el capítulo V para la Defensa de los Consumidores en la Comunidad Autónoma de la Rioja.

1 . Las asociaciones de consumidores tendrán derecho a:

Percibir las ayudas y subvenciones que oportunamente se aprueben para el desarrollo de sus funciones y proyectos.

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

- **ARCCO(Asociación Riojana Defensa Consumidores y Contribuyentes) 1.400.-€**
- **INFORMACU RIOJA..... 2.050.-€**
- **UCR(Unión Consumidores de La Rioja) ..... 2.800.-€**

**TOTAL A SUBVENCIONAR:.....6.250.-€**

Las Bases de concesión de subvenciones a asociaciones de consumidores se adoptaron por Acuerdo de la Junta de Gobierno Local en sesión celebrada el 13 de Abril y se publicaron en el BOR nº 49 de 29 de Abril de 2016.

## CONCLUSIONES

Al concluir el año 2016, tras los datos estadísticos analizados, podemos concluir:

- En el apartado de **BIENES**
- Dentro del **comercio tradicional**: Las consultas que más se han demandado son:
  - Temas relacionados con las garantías de los productos.
  - Problemas con la utilización de las hojas de reclamación en los comercios de nuestra ciudad.
  - La devolución de productos no defectuosos y la obligación de su recepción por el comercio, así como la consiguiente emisión de vales por parte del establecimiento.
- Dentro del **comercio a distancia** : Nuestra estadística inaugura este año dos nuevos campos: las **ventas a distancia** y las **ventas fuera de establecimiento comercial**, que se van implantando fuertemente dentro de la sociedad de la información en la que nos encontramos, y en las que cabe destacar, los nuevos métodos de pago.
- En el **SECTOR SERVICIOS**: Supone el mayor porcentaje de consultas y reclamaciones dentro del 2016, siendo las materias más consultadas:
  - **TELECOMUNICACIONES** : Telefonía fija, móvil e internet
  - Servicios Esenciales : **GAS y ELECTRICIDAD** que han aumentado considerablemente con respecto a años anteriores, debido a una mayor implantación del mercado libre en estos sectores.

Dentro de este sector de Servicios, cabe destacar la implantación, cada vez mayor, de la **CONTRATACIÓN A DISTANCIA**.

Relacionada con esta técnica, cabe destacar el gran desconocimiento por parte del consumidor, de los derechos que le asisten al contratar, tales como :

- la obligación de recepción de su "contrato" en soporte estable, y que por dicho desconocimiento, la mayor parte de los consumidores no pueden aportarlo a la hora de apoyar sus reclamaciones.
- La implantación de la facturación electrónica , cómo recibirla y cómo conservarla.

En consecuencia, el papel de la OMIC en la defensa de los derechos de los consumidores, continúa en continuo crecimiento a la par que se desarrollan e instauran las nuevas técnicas de la sociedad de la información.