



AYUNTAMIENTO DE LOGROÑO

OFICINA MUNICIPAL DE INFORMACION AL

Consumidor

MEMORIA

2011

INDICE

<u>INDICE</u>	1
<u>LA OMIC 2011</u>	2
<u>ACTUACIONES</u>	3
1. ANÁLISIS ESTACIONAL.....	4
2. EVOLUCIÓN HISTÓRICA.....	5
3. REPARTO PROPORCIONAL DE ACTUACIONES.....	6
4. EXPEDIENTES TRAMITADOS.....	7
5. ESTUDIO COMPARATIVO RESPECTO AÑO ANTERIOR.....	8
6. ANÁLISIS POR TEMAS.....	9
7. ANÁLISIS POR EL MEDIO UTILIZADO.....	14
8. DISTRIBUCIÓN DE LOS CONSUMIDORES ENTRE LOS SECTORES DE LOGROÑO.....	15
9. REPARTO DE LAS CONSULTAS SEGÚN EL SEXO DEL CONSUMIDOR.....	16
10. CAUSAS DE LAS CONSULTAS.....	17
11. EL CONSUMIDOR LOGROÑÉS.....	18
<u>CRONOGRAMA</u>	19
PROGRAMA DE ACTIVIDADES ESCOLARES.....	20
NUEVAS TECNOLOGÍAS: REDES SOCIALES EN INTERNET.....	21-22
SABER COMPRAR, SABER RECLAMAR.....	23-24
ACCIDENTES INFANTILES CON PRODUCTOS DE CONSUMO.....	25-26
LOS JUGUETES Y LA NAVIDAD.....	27-28
ACTIVIDADES PARA ADULTOS.....	29
LA INFORMACIÓN ES TU MEJOR DEFENSA.....	30
HÁBITOS DE CONSUMO EN LOS JÓVENES DE LA CIUDAD DE LOGROÑO.....	31
JORNADAS DE CONSUMO Y POLICIA LOCAL DE LOGROÑO.....	32
<u>SUBVENCIONES A ASOCIACIONES DE CONSUMIDORES</u>	33
<u>CONCLUSIONES</u>	34

OMIC 2011

El informe publicado por la Comisión Europea indica que los servicios peor valorados por los consumidores son los de telefonía móvil, la electrónica y los relacionados con el mercado hipotecario.

El estudio también recoge la opinión de los ciudadanos sobre el mercado de bienes. En general, los españoles entre ellos los logroñeses y los europeos. consideran que los carburantes y la compraventa de vehículos de segunda mano generan mayor insatisfacción, incluyendo en la parte baja de la clasificación los productos tecnológicos como ordenadores, consolas de videojuegos y terminales de telefonía móvil.

En este sentido, se han producido las reclamaciones a lo largo de 2011 en la OMIC de Logroño.

En este año, tan castigado por la crisis económica, lo que puede parecer una paradoja, las reclamaciones han aumentado considerablemente debido, fundamentalmente, a que el consumidor ha tomado conciencia de sus derechos como tal, revisando las facturas de los servicios contratados y controlando con detalle las cantidades finales facturadas.

Un año más, se ha continuado con un programa de educación de consumo dirigido a alumnos de los Centros escolares de primaria y secundaria de la ciudad de Logroño en la que han participado con gran interés en los temas propuestos en esta ocasión.

A continuación se presenta la Memoria del año 2011 que consta de las siguientes partes:

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

ACTUACIONES

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

Pasamos a realizar un análisis exhaustivo de las actuaciones realizadas a lo largo del año 2011 por la OMIC.

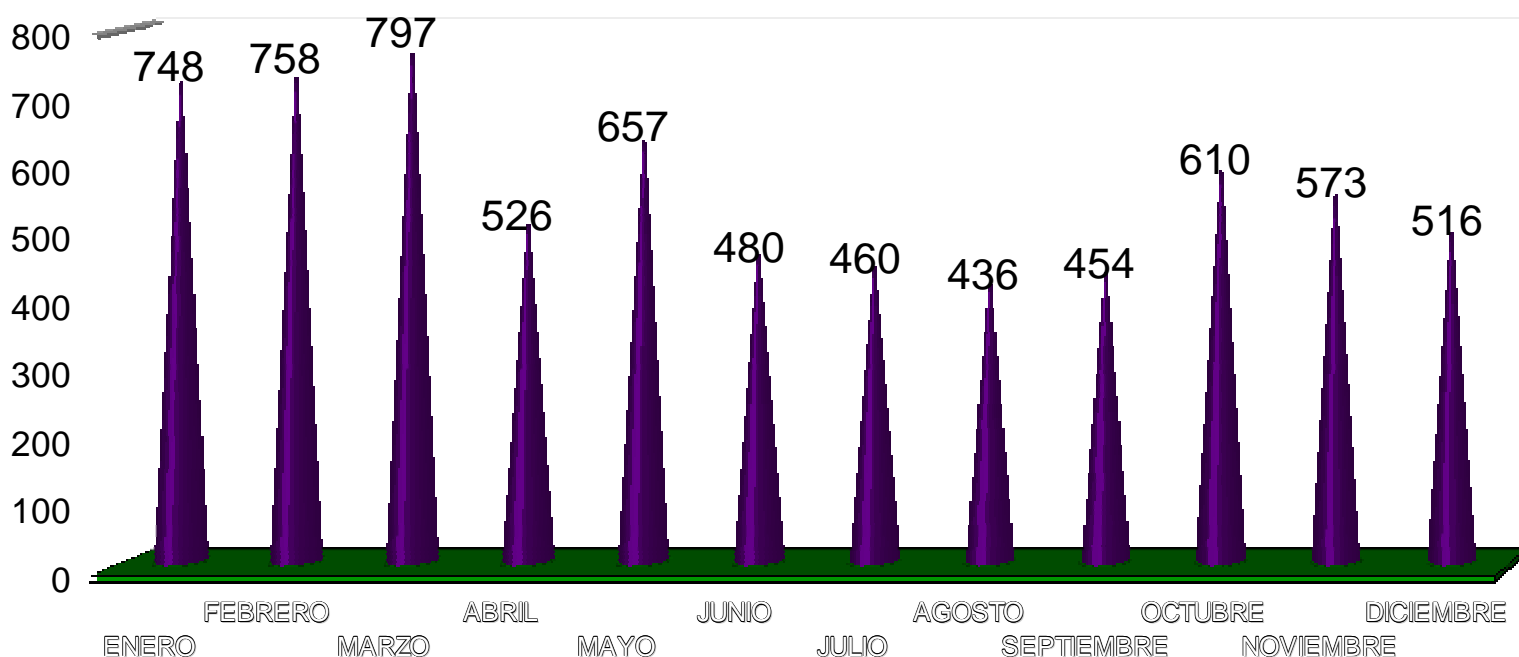
El análisis tendrá diferentes vertientes:

- Por un lado, se analiza la frecuencia de las mismas, mediante un análisis 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.
- También se analiza el número de expedientes tramitados desde esta oficina, con un estudio histórico sobre su evolución en los últimos años.
- Posteriormente pasaremos a analizar la distribución de las consultas en grupos temáticos y las características más determinantes en cada grupo.
- También se estudia la proporción de actuaciones según el medio de consulta utilizado.
- Asimismo, se realiza un estudio sobre la incidencia de consultas en relación con los distintos sectores en que se divide la ciudad.
- Se hace un estudio 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.

Y finalmente se extraen unas conclusiones sobre cuáles son las características que definen el consumidor logroñés tipo.

1.- ANÁLISIS ESTACIONAL

El conjunto de las actuaciones efectuadas a lo largo del año 2011 en la Oficina Municipal de Información al Consumidor de Logroño ha sido de **7.015**, con la siguiente distribución.

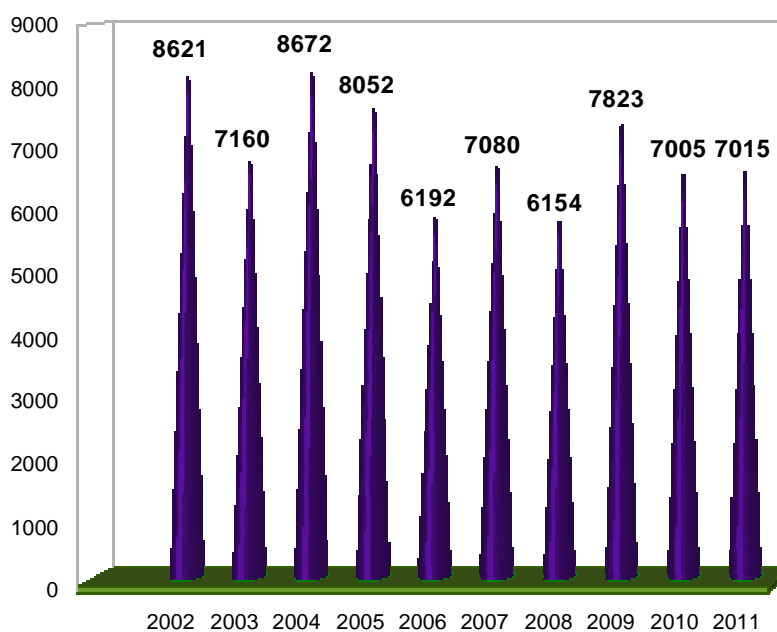


DISTRIBUCIÓN DE ACTUACIONES AÑO 2011

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

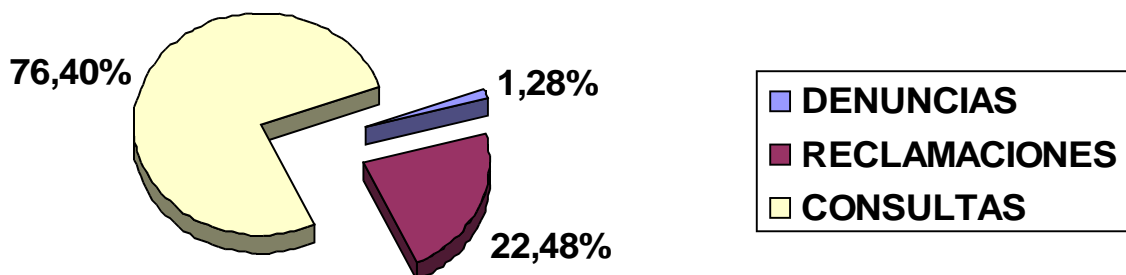
3.- REPARTO PROPORCIONAL DE ACTUACIONES

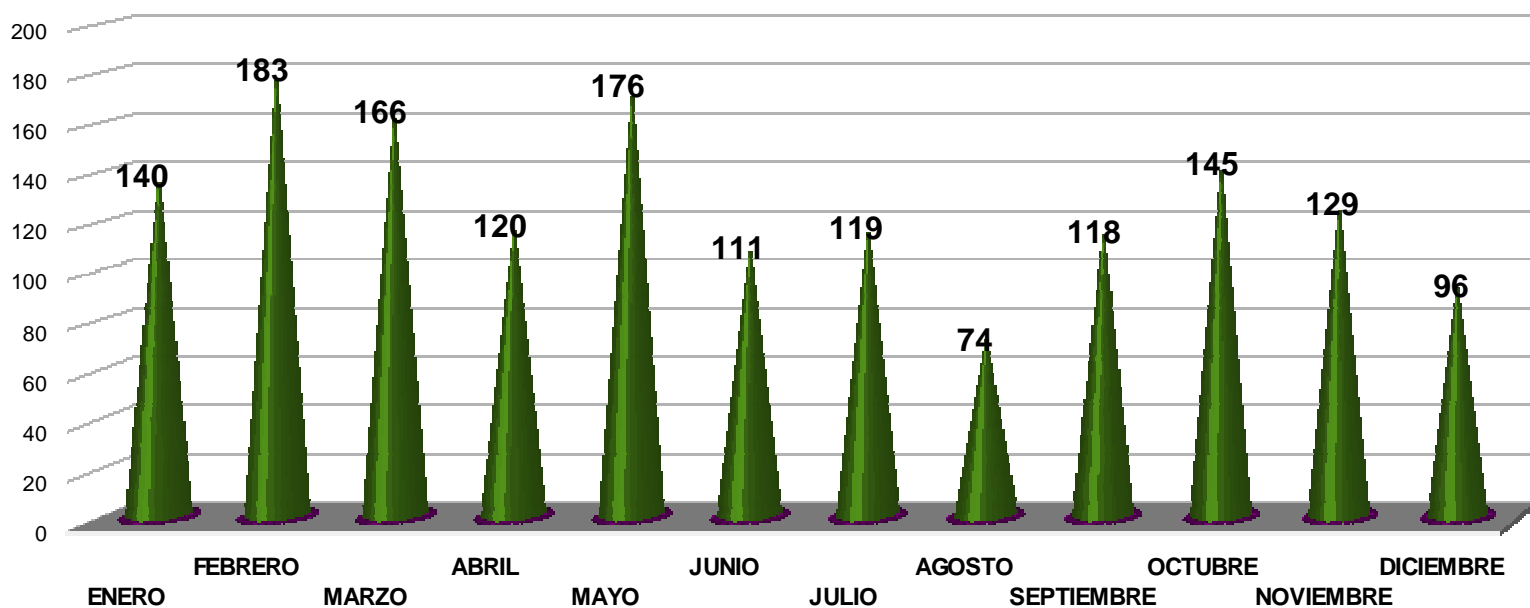
Tradicionalmente el consumidor de Logroño, prefiere informarse antes que la reclamación o la subsiguiente denuncia, por lo que la distribución de actuaciones son las siguientes:

- Reclamaciones: 1.577..... (22,48%)
- Denuncias: 88(1,28%)
- Consultas: 5.350..... (76,40%)
-

A pesar de ello, el volumen de las reclamaciones ha supuesto un aumento importante con respecto al año 2010 como se explicará en el siguiente epígrafe.

El siguiente gráfico, muestra dichos datos.



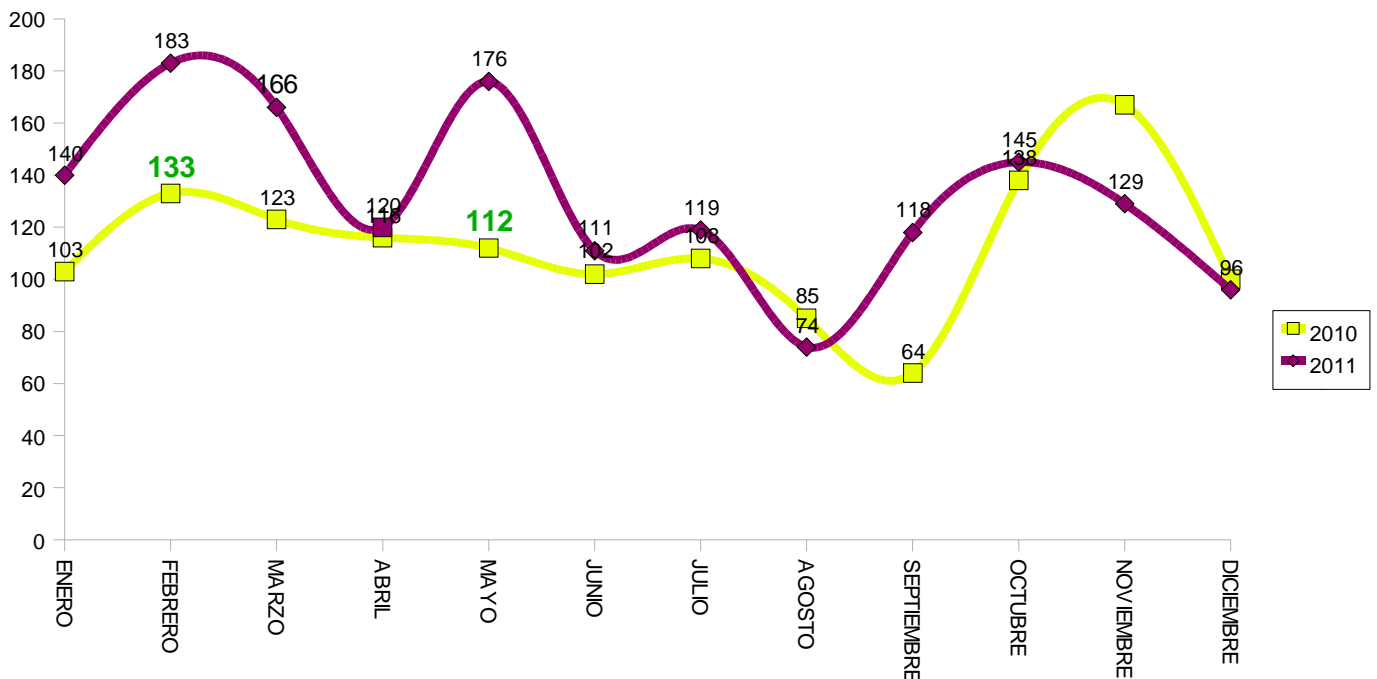


DISTRIBUCIÓN MENSUAL DE "EXPEDIENTES" DURANTE EL AÑO 2011

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

ESTUDIO COMPARATIVO DE LAS RECLAMACIONES ENTRE LOS AÑOS 2010/2011

MES	AÑO 2010	AÑO 2011
● ENERO.....	103.....	140.....
● FEBRERO.....	133.....	183.....
● MARZO.....	123.....	166.....
● ABRIL.....	116.....	120.....
● MAYO.....	112.....	176.....
● JUNIO.....	102.....	111.....
● JULIO.....	108.....	119.....
● AGOSTO.....	85.....	74.....
● SEPTIEMBRE.....	64.....	118.....
● OCTUBRE.....	138.....	145.....
● NOVIEMBRE.....	167.....	129.....
● DICIEMBRE.....	100.....	96.....
TOTAL.....	1.351.....	1.577.....



COMPARACIÓN DE EXPEDIENTES RECIBIDOS EN 2010 Y 2011

5.- ANÁLISIS POR TEMAS

Definir consumo como un concepto que abarque un número concreto de productos y servicios, es una tarea ardua y difícil, por lo que tratando de sistematizar, se han englobado las consultas planteadas a lo largo de este año 2.011, 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.
- Vivienda en propiedad.

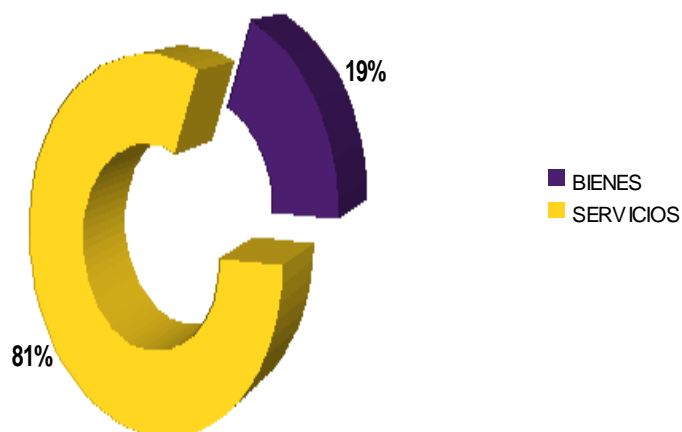
SERVICIOS:

- Administración.
- Agencia de viajes
- Agua
- Asesoría y gestoría
- Bancos y Entidades financieras.
- Comercio electrónico
- Correos, telégrafos y mensajería
- Electricidad
- Enseñanza
- Espectáculos públicos, cines, salas de fiestas, conciertos, etc.
- Gas natural
- Gases licuados
- Gasolineras, estaciones de servicio
- Hostelería y restauración.
- Intermediación de servicios inmobiliarios
- Internet
- Peluquería y cosmética
- Reparación y mantenimiento del hogar.
- Servicio asistencia técnica de electrodomésticos.
- Sanidad: privada y pública.
- Seguros: automovil, hogar, etc.
- Talleres de automóvil

- Telefonía: Fija y móvil
- Tiempo compartido.
- Tintorerías
- Transporte de mercancías.
- Transporte público : terrestre y aéreo.
- Tratamiento de datos personales.
- Ventas a distancia: catálogo, teléfono, televisiva, etc.
- Otros servicios

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

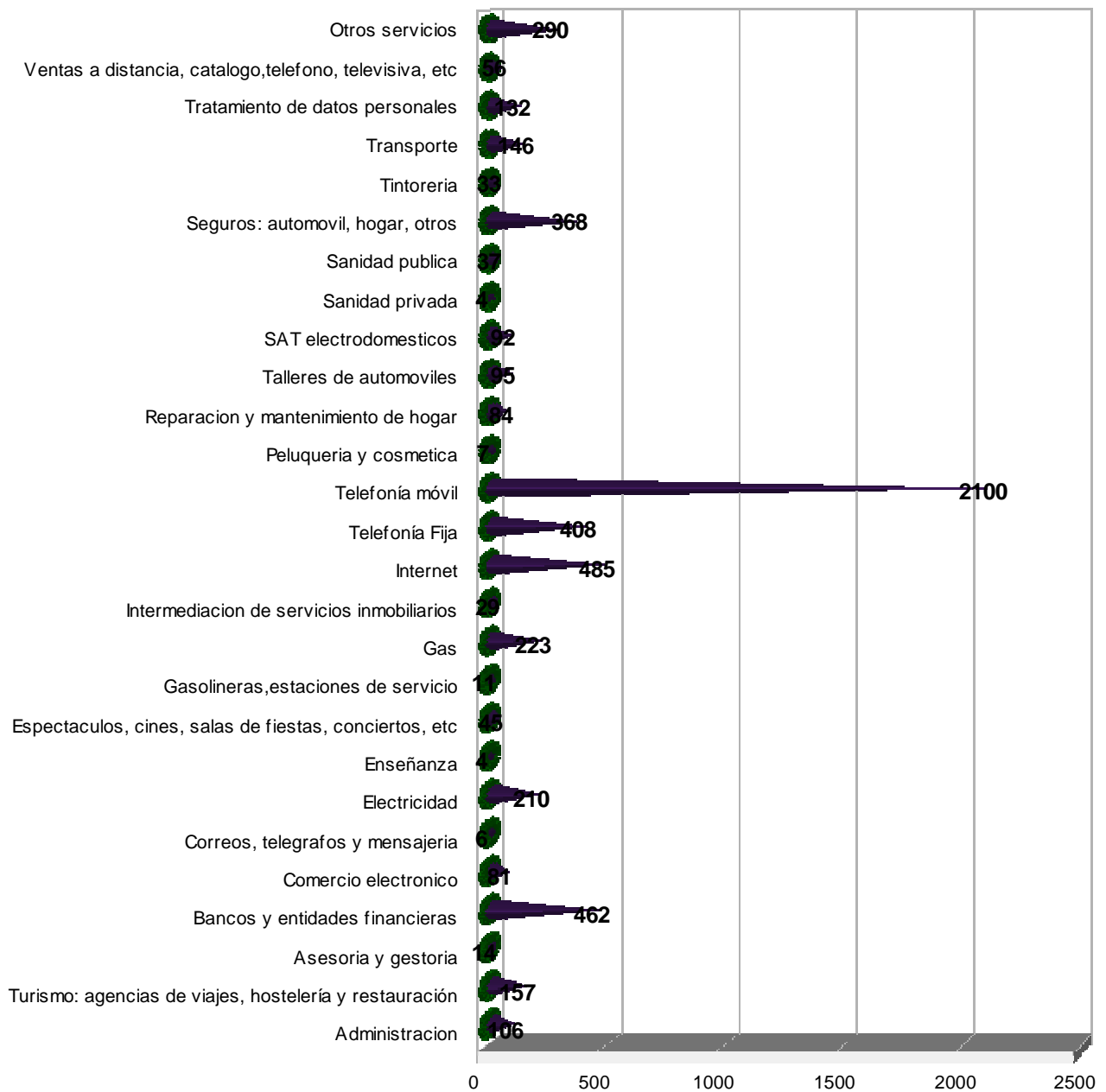
El análisis de datos estadísticos recogidos en nuestra oficina, nos da el siguiente resultado, aumentando el porcentaje de servicios sobre bienes con respecto al año 2010.



ESTUDIO TEMÁTICO:

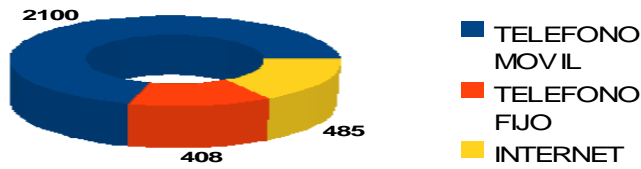
- **SECTOR BIENES:** Realizando en la OMIC de Logroño el estudio de estos bloques temáticos nos encontramos con que dentro del sector BIENES, los apartados relativos a electrodomésticos, teléfonos móviles, etc. son los temas más demandados, coincidiendo con el Estudio de la Comisión Europea.

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

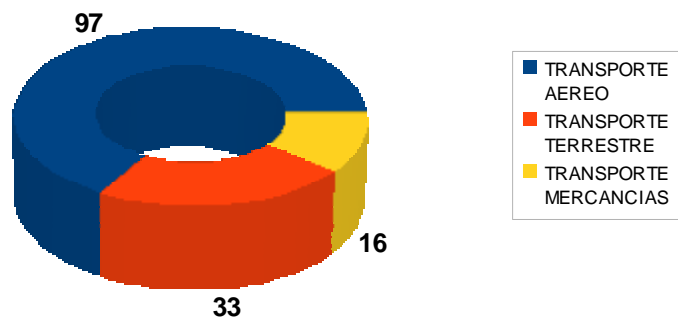


DISTRIBUCIÓN DE LAS ACTUACIONES REALIZADAS EN EL SECTOR SERVICIOS

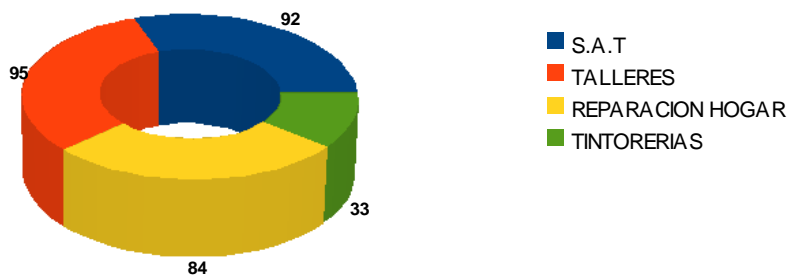
DISTRIBUCIÓN TELECOMUNICACIONES



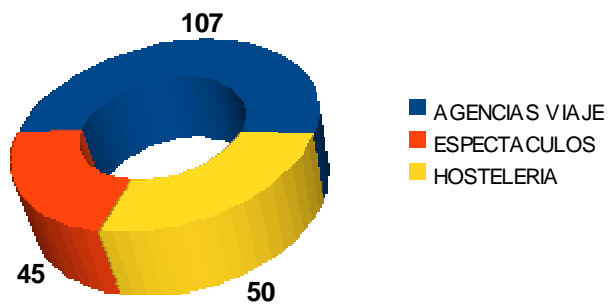
DISTRIBUCIÓN DE TRANSPORTE



DISTRIBUCIÓN DE SERVICIOS



DISTRIBUCIÓN DE OCIO



6.- ANÁLISIS POR EL MEDIO UTILIZADO

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

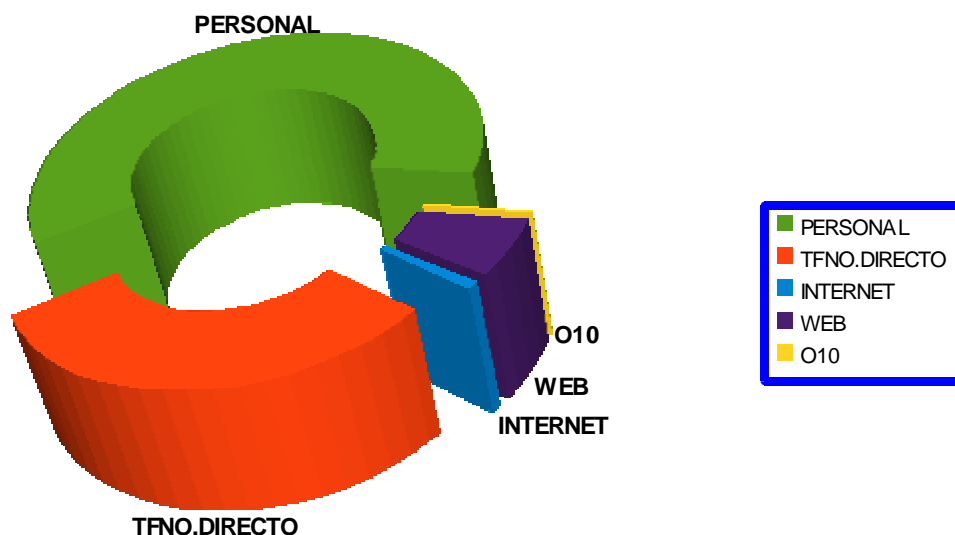
Para realizar el siguiente estudio, se ha realizado una toma de datos de las personas que demandan los servicios de la OMIC.

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

Alrededor de un 61,54 % (4.317) de los consumidores se dirige personalmente a la OMIC para hacer sus consultas y reclamaciones.

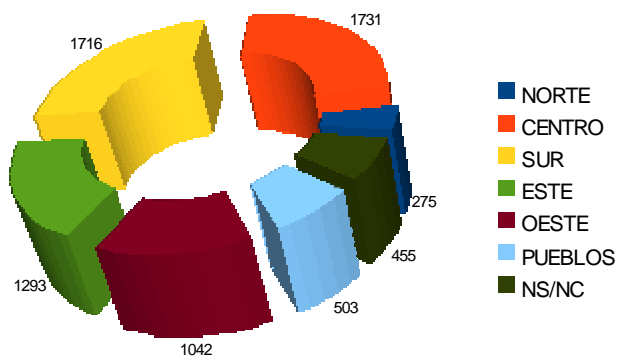
El 31,86% (2.235) utiliza el teléfono para consultar, un 31,69 % (2.223) a través del teléfono directo de la oficina y un 0,17 % (12) mediante el Servicio 010.

También podemos señalar que cada vez se utiliza más el correo electrónico para efectuar las consultas, siendo un 6,60 % (463) del total de las consultas (Web municipal 416 y correo electrónico 50), lo que supone el doble del porcentaje del año anterior.



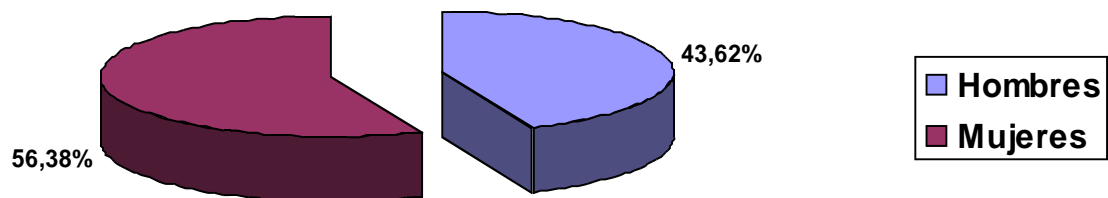
7.- ACTUACIONES ENTRE SECTORES DE LA CIUDAD DE LOGROÑO

Se mantienen los mismos datos porcentuales que durante el año 2,010

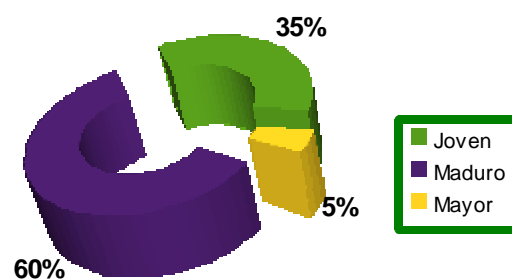


8.- REPARTO DE LAS CONSULTAS SEGÚN EL SEXO DEL CONSUMIDOR

En cuanto al consumidor en sí, el **56,38 %** son mujeres, frente al **43,62%** de hombres, continuando en línea ascendente la participación masculina.



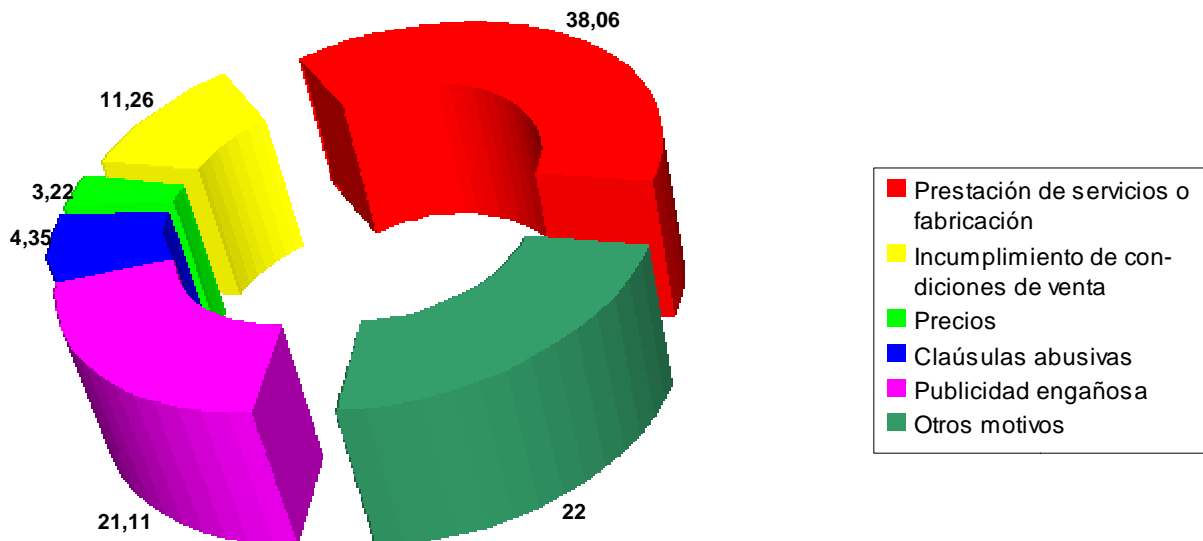
En cuanto a su distribución por tramos de edad, el orden de importancia entre los tres tramos de edad distinguidos, sigue siendo el mismo : jóvenes de 18 a 30 años, 2.455; maduros de 30 a 65 años, 4.209 y personas mayores de 65 años, 351.



9.- CAUSAS DE LAS CONSULTAS

Porcentualmente, 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, resultando:

- Prestación de servicios o de fabricación: 2.670
- Incumplimiento de condiciones de venta: .790
- Precios.....226
- Cláusulas abusivas.....305
- Publicidad engañosa.....1.481
- Otros motivos.....1.543
-



10.- EL CONSUMIDOR LOGROÑES

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

La temática se ha modificado con los años, siendo los sectores de telecomunicaciones y bancos, los más demandados en este ocasión.

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

CRONOGRAMA

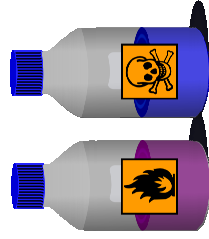
Educación para el consumo



PROGRAMA DE ACTIVIDADES

Curso 2011/2012

LOS ACCIDENTES CON PRODUCTOS DE CONSUMO



DESTINATARIOS: Escolares de **4º de Primaria**

LUGAR DE CELEBRACIÓN: Centros Escolares

FECHAS: Del 24 de Octubre al 4 de Noviembre, ambos incluidos.

PROGRAMA: Conocimiento del etiquetado de los juguetes y concienciación de los alumnos sobre los problemas de un uso indiscriminado

SABER COMPRAR – SABER RECLAMAR



DESTINATARIOS: Escolares de **6º de Primaria**

LUGAR DE CELEBRACIÓN: Centros Escolares

FECHAS: Del 14 al 30 de Noviembre ambos incluidos

PROGRAMA: Conocer aspectos generales de los derechos del comprador – consumidor, como precios, ticket, facturas, etiquetado, devoluciones y consejos al comprar.

LOS JUGUETES Y LA NAVIDAD



DESTINATARIOS: Alumnos de **5º de Primaria**

LUGAR: En los Propios Centros Escolares

FECHAS: Del 1 al 15 de Diciembre ambos incluidos.

PROGRAMA: Estudio de las etiquetas y la publicidad en los juguetes teniendo en cuenta la fecha navideña en que se imparte la actividad, época propicia para el consumo indiscriminado e irreflexivo.

NUEVAS TECNOLOGÍAS: REDES SOCIALES/TELEFONÍA MOVIL



DESTINATARIOS: Escolares de **1º DE ESO**

LUGAR DE CELEBRACIÓN: Centros Escolares

FECHAS: Del 2 al 15 de Noviembre ambos incluidos

PROGRAMA: Prevención en uso al escolar de las redes sociales, los foros de internet y problemas derivados del uso del móvil, como los sms premium y los concursos de televisión.

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



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



Del 2 al 15 de Noviembre 2011

REDES SOCIALES EN INTERNET. TECNOLOGÍA MOVIL: SMS PREMIUM



<u>DESTINATARIOS:</u>	Escolares de 1º DE ESO
<u>ASISTENTES:</u>	1.321 alumnos de 17 Centros que se detallan más adelante.
<u>EQUIPO RESPONSABLE:</u>	APRENDIZAJES URBANOS
<u>COORDINADOR:</u>	Javier Martinez Llanos
<u>LUGAR:</u>	Centros Escolares
<u>DURACIÓN:</u>	1 sesión de 1 hora y media
<u>PROGRAMA:</u>	Conocimiento de la “Ne etiqueta”, comportamiento en foros o grupos en los que se participe y su relación con posibles usos ilegales (privacidad, falta de intimidad, pérdida de tiempo, adicción, virus...). En el móvil se señalaron los problemas de los sms premium (altas, bajas...)
<u>MATERIAL DE APOYO:</u>	Material informático de apoyo y video conteniendo publicidad de servicios sobre sms premium.

COLEGIOS PARTICIPANTES

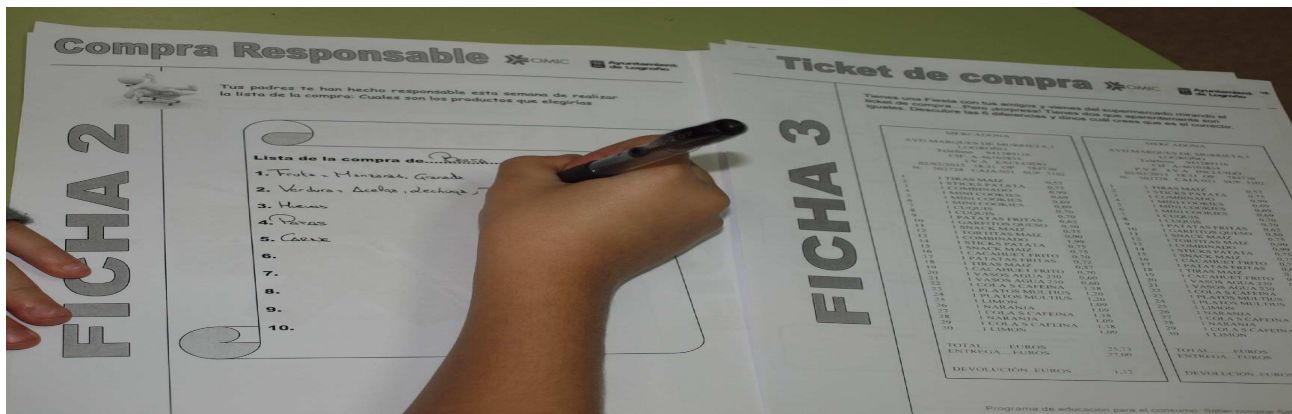
“NUEVAS TECNOLOGÍAS: REDES SOCIALES EN INTERNET Y SMS PREMIUM”

1. Adoratrices
2. Agustinas
3. Batalla Clavijo
4. Boscos
5. Compañía de María
6. Corazón de María
7. Cosme García
8. Divino Maestro
9. D'Í Huyar
10. Duques de Nájera
11. Escuelas Pías
12. Jesuitas
13. Marianistas
14. Maristas
15. Paula Montalt
16. Sagasta
17. Tomás Mingot

**PARTICIPAN: 17 CENTROS
1.321 ALUMNOS**

Del 14 al 30 de Noviembre de 2011

“SABER COMPRAR, SABER RECLAMAR”



DESTINATARIOS:

Escolares de **6º de Primaria**

ASISTENTES:

1014 alumnos pertenecientes a **22 centros** que se relacionan más adelante.

EQUIPO RESPONSABLE:

CALLE ACTIVA S.L

COORDINADORA:

M^a Pilar Gutierrez Cordon

LUGAR:

Los talleres se celebraron en los Centros Escolares de Logroño.

DURACIÓN:

Una hora y media dentro del horario escolar, con 2 partes diferenciadas, una técnica y otra práctica.

PROGRAMA:

Este programa ha pretendido conocer los derechos que asisten al consumidor, tanto en el momento de la compra, como en los previos y posteriores (ofertas y devoluciones) y se han analizado los productos que se compran: Adquirir la conciencia de consumidor activo y responsable. Se dan consejos a la hora de comprar y se aprende a realizar una correcta reclamación.

MATERIAL DE APOYO:

Se entrego:

- Ficha o cuadernillo de trabajo
- Díptico para los padres
- Cuestionario de los niños

Material utilizado en el taller:

- 40 productos como mínimo
- Caja registradora para elaborar tickets de compra.
- Folletos/Dípticos

COLEGIOS PARTICIPANTES

“SABER COMPRAR, SABER RECLAMAR”

1. Alcaste
2. Boscos
3. Bretón de los Herreros
4. Caballero de La Rosa
5. Divino Maestro
6. Doctores Castroviejo
7. Duquesa de la Victoria
8. Escultor Vicente Ochoa
9. Gaunas
10. Madre Dios
11. Maristas
12. Milenario de la Lengua
13. Nuestra Señora del Buen Consejo
14. Obispo Blanco
15. Paula Montalt.
16. Purísima Concepción
17. Rey Pastor
18. San Francisco
19. Siete Infantiles de Lara
20. Varia
21. Vélez de Guevara
22. Vuelo Madrid Manila

PARTICIPAN: 22 CENTROS
1014 Alumnos

Del 14 al 30 de Noviembre 2011

ACCIDENTES INFANTILES CON PRODUCTOS DE CONSUMO 2011



DESTINATARIOS:

Escolares de 4º de Primaria

ASISTENTES:

1.126 alumnos pertenecientes a 23 centros que se relacionan más adelante.

EQUIPO RESPONSABLE:

BIOMA CONSULTORES AMBIENTALES

COORDINADOR:

María Zapater García

LUGAR:

Centros Escolares.

DURACIÓN:

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

PROGRAMA:

Realizar análisis comparativos sobre objetos y productos de consumo desde el punto de vista de la información que ofrecen a los usuarios en relación con su seguridad. Los objetivos del programa consisten esencialmente en el conocimiento de que los accidentes se pueden **prevenir** y **evitar** a través de una correcta lectura del **etiquetado**. Se conocen también los pictogramas del etiquetado

MATERIAL DE APOYO:

DOCUMENTACIÓN A REPARTIR

- Test inicial y final
- Folleto informativo
- Productos de limpieza (1 por alumno)
- Cuaderno de trabajo

COLEGIOS PARTICIPANTES

“ACCIDENTES INFANTILES CON PRODUCTOS DE CONSUMO 2011”

1. Bretón de los Herreros
2. Caballero de la Rosa
3. Divino Maestro
4. Duquesa de la Victoria
5. Gaunas
6. General Espartero
7. Inmaculado Corazón de María
8. Madre de Dios
9. Maristas
10. Milenario de la Lengua
11. Navarrete el Mudo
12. Nuestra Señora del Buen Consejo
13. Obispo Blanco Nájera
14. Paula Montalt
15. Purísima Concepción de María
16. Rey Pastor
17. Salesianos
18. San Francisco
19. San Pio X
20. Siete Infantes de Lara
21. Varia
22. Vicente Ochoa
23. Vuelo Madrid Manila

**PARTICIPAN: 23 CENTROS
1.126 Alumnos**

Del 1 al 15 de Diciembre 2011

LOS JUGUETES Y LA NAVIDAD 2011



DESTINATARIOS:

Escolares de 5º de Primaria

ASISTENTES:
más adelante.

782 alumnos pertenecientes a 17 centros que se relacionan

EQUIPO RESPONSABLE:

BIOMA CONSULTORES AMBIENTALES

COORDINADOR:

María Zapater García

LUGAR:

Centros Escolares.

DURACIÓN:

Una sesión de **1 hora y media**

PROGRAMA:

Enseñar qué es un juguete y su etiquetado, así como el análisis de una reflexión sobre la influencia de la publicidad y el consumo irreflexivo.

MATERIAL DE APOYO:

Se entregó material

- Cuestionario previo
- Cuaderno de trabajo (cuadernillo del alumno)
- Díptico dirigido al profesorado
- Díptico dirigido a los padres
- Juguetes

COLEGIOS PARTICIPANTES

“LOS JUGUETES Y LA NAVIDAD 2011”

1. Boscos
2. Caballero de la Rosa
3. Divino Maestro
4. Doctores Castroviejo
5. Gaunas
6. General Espartero
7. Gonzalo Berceo
8. Madre de Dios
9. Maristas
10. Navarrete el Mudo
11. Nuestra Señora del Buen Consejo
12. Obispo Blanco Najera
13. Paula Montalt
14. Rey Pastor
15. Siete Infantes
16. Varia
17. Vicente Ochoa

**PARTICIPAN: 17 CENTROS
782 Alumnos**

ACTIVIDADES DE ADULTOS

PROGRAMA DE DEFENSA DEL CONSUMIDOR EN LOS MEDIOS DE INFORMACIÓN

Este año 2010 la OMI, siguiendo las líneas de años anteriores, se ha centrado especialmente en su función de **INFORMACIÓN** tal y como alude su propia denominación, uno de los derechos básicos del consumidor ya proclamado en el artículo 51 de la Constitución Española, interviniendo para ello en los diversos medios de Comunicación de la Comunidad de la Rioja.

Información al Consumidor como prevención y para evitar los conflictos y reclamaciones de consumo y en la tónica de su lema divulgativo de que **“Todos los Días son Días del Consumidor”** y del hecho de que **“Mejor información, mejor consumidor”**

Para ello, cada mes se ha incidido en un **tema específico** teniendo en cuenta las circunstancias y peculiaridades del mismo y la mayor probabilidad de que en él, al consumidor se le planteen ciertas dudas o controversias: Por ejemplo, en enero las rebajas, la calidad de sus productos, o la obligatoriedad de que en el comercio se nos den vales; en junio los viajes combinados, en diciembre, los juguetes de cara a la Navidad.

Esta labor informativa se compone de una **programación general**:

- Enero: **Rebajas/ Devoluciones**
- Febrero: **Etiquetado**
- Marzo: **Org. Defensa del Consumidor**
- Abril: **Sms Premium**
- Mayo: **Vacaciones / Internet**
- Junio: **Morosos**
- Julio: **Bares/ Restaurantes.**
- Agosto: **Transporte Aéreo**
- Septiembre: **Tarifificación Adicional / 905**
- Octubre: **Gas: Mercado Libre**
- Noviembre: **S.A.T.**
- Diciembre: **Navidad**

“LA INFORMACIÓN ES TU MEJOR DEFENSA”

Del 1 Enero al 31 Diciembre:

- **RADIO: “LA INFORMACIÓN ES TU MEJOR DEFENSA” “Todos los días son días del Consumidor”:**
 - **Cuñas radiofónicas mensuales** de 20 segundos, relacionadas con el programa general anteriormente expuesto, en las cadenas : RNE, SER, ONDA CERO y PUNTO RADIO.
 - **Microprogramas semanales:** En RNE y SER, dentro del Programa “La Omic informa”, con el mismo contenido de las cuñas mensuales y en la tónica de la programación general.
 - **Microprogramas mensuales:** En ONDA CERO, PUNTO RADIO Y CADENA SER

- **PRENSA:**
 - **Artículos semanales** en el periódico “De Buena Fuente”, en consonancia con el programa general

- **WEB:**
 - **Web Ayuntamiento:** Faldones y banners informativos.

HÁBITOS DE CONSUMO DE LOS JÓVENES DE LA CIUDAD DE LOGROÑO

Realizado mediante convenio con la U.C.R.

- **DESTINATARIOS:** Ciudadanos de 14-30 años en las franjas:
 - De 14 a 18 años
 - De 19 a 24 años
 - De 25 a 30 años

- **MUESTREO:** 400 personas, encuestadas directamente en Institutos, centros universitarios y Centro de recursos juveniles y artísticos “ La Gota de Leche” y centros de reunión juveniles.

- **OBJETIVO:** Obtener información sobre el consumo a través de sus costumbres, hábitos, preferencias y la percepción que tienen los jóvenes sobre los servicios que les ofrece una administración local como es el Ayuntamiento de Logroño.

NOVIEMBRE 2010**JORNADAS DE CONSUMO Y POLICÍA LOCAL DE LOGROÑO**

- **DESTINATARIOS:** Miembros de la Policía Local de Logroño.

- **EQUIPO RESPONSABLE:** Unión de Consumidores de La Rioja en colaboración con el Ayuntamiento de Logroño.

- **LUGAR DE REALIZACIÓN:** Salas de La Casa de las Asociaciones del Ayuntamiento de Logroño.

- **OBJETIVO:** Poner en conocimiento de la Policía Local contenidos sobre el comercio minorista y la defensa de los consumidores, incidiendo sobre la utilización de las hojas de reclamación.

SUBVENCIONES A ASOCIACIONES DE CONSUMIDORES AÑO 2011

De conformidad con lo establecido en el artículo 41.4 de la Ley 26/84, Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios, en el que se establece que : “corresponde a las Autoridades y Corporaciones Locales, promover y desarrollar la protección y defensa de los consumidores y usuarios, mediante el fomento a las Asociaciones de Consumidores...”, se publicaron las bases para la concesión de subvenciones para las asociaciones de consumidores de Logroño.

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

- ACIR.....500 €
- ARCCO.....500 €
- INFORMACU RIOJA.....3.500 €
- UCR.....8.000 €
-

TOTAL A SUBVENCIONAR:.....12.500 €

Las Bases de concesión de subvenciones a asociaciones de consumidores se publicaron en el BOR nº 40 de 28 de Marzo de 2011.

CONCLUSIONES

Tras el estudio realizado en esta memoria de la actividad desarrollada por la OMIC a lo largo de 2011, podemos extraer las siguientes conclusiones.

- La demanda de INFORMACIÓN ha continuado en los mismos niveles que años anteriores, siendo el primer trimestre del año el que acumula más demanda de información.
- En cuanto al sistema elegido, el consumidor continúa demandando la visita personalizada, con un 80,71 % sobre el total de consultas.
- En cuanto a los temas mas solicitados, predomina sobre los demás la demanda del sector servicios, destacando entre estos temas el sector de telecomunicaciones, sobre todo en relación a problemas de facturación.
- La MEDIACIÓN, tarea encomendada a la OMIC con el fin de solucionar los problemas que conlleva la vida diaria del consumidor logroñés, ha movido cifras superiores al año 2010, aumentando el número de reclamaciones en un 16,71% sobre el año anterior. Las cifras que rondan los 585.577,13 € en los 1353 expedientes cerrados hasta la fecha, nos da una media de 433 € por expediente.
De estos expedientes el .73 % ha sido resuelto directamente por la OMIC, tanto en su mediación personal como en colaboración con otras Administraciones : Junta Arbitral de Consumo, Secretaría de Estado de Telecomunicaciones, Banco de España, Dirección General de Seguros...
- Por último, la EDUCACIÓN del consumidor infantil, ha llevado a participar a través de sus centros escolares a 4273 niños en los cuatro programas que integran la edición del 2011 del programa escolar de consumo.