

LAS ACTIVIDADES DE LAS OMICS
ESTUDIO ESTADÍSTICO
CONSULTAS, RECLAMACIONES, DENUNCIAS
EN EL EJERCICIO 2006

SUMARIO DE CONTENIDOS Y TABLAS

I. OBJETIVOS Y METODOLOGÍA	2
<i>Objetivos</i>	2
<i>El cuestionario</i>	2
<i>El obstáculo fundamental</i>	3
<i>La muestra obtenida y la significación de los datos</i>	3
Tabla 1.1 DISTRIBUCIÓN MUESTRAL	3
Tabla 1.2 CUESTIONARIOS DE OMICS INTERMUNICIPALES	4
II. LA GESTIÓN DE LOS PROBLEMAS DE LOS CONSUMIDORES	5
Tabla 2. VOLUMEN E IMPORTANCIA RELATIVA	5
DE CONSULTAS, RECLAMACIONES Y DENUNCIAS	5
<i>Las grandes tendencias: se mantiene un nivel alto de las consultas y de la propensión a reclamar, que se incrementa en pequeñas ciudades y zonas rurales</i>	6
Tabla 3. LA PROPENSIÓN A RECLAMAR	7
Tabla 4. CONSULTAS, RECLAMACIONES Y DENUNCIAS POR TAMAÑO POBLACIONAL	7
<i>La telefonía e Internet y las viviendas se mantienen como ámbitos más significativos de quejas. Se incrementan los problemas con entidades financieras</i>	8
Los servicios	8
Los productos	9
<i>Los motivos de reclamación y denuncias</i>	10
Tabla 5. LA EVOLUCIÓN DE LAS CAUSAS DE CONFLICTO EN EL CONSUMO	10
<i>Las modalidades de gestión en las OMICS</i>	10
Tabla 6. LOS TIPOS DE GESTIÓN	11

DEPARTAMENTO DE ESTUDIOS DE LA FEMP
Diciembre de 2007

I. OBJETIVOS Y METODOLOGÍA

Objetivos

Como en ejercicios anteriores, y de acuerdo con el convenio firmado entre la FEMP y el Instituto Nacional de Consumo en 2007, el Departamento de Estudios de la FEMP en colaboración con el Área de Consumo, ha llevado a cabo una encuesta para estudiar, en base a la aplicación de un cuestionario por correo postal y por correo electrónico, las actividades y la gestión de las Oficinas Municipales de Información al Consumidor (OMICs) durante el ejercicio del pasado año 2006.

Una vez más, se trata de reconocer y medir la importancia estadística de las actividades y las modalidades de gestión de consultas, reclamaciones y denuncias, así como los medios de información y comunicación utilizados y las actividades de formación e inspección desplegadas por las OMICs. Y, en esta ocasión, también se pretende realizar una primera aproximación a los medios disponibles, presupuestarios y de personal, para realizar dichas actividades.

Es importante recalcar que el estudio reitera los objetivos del anterior, y recordar que éste, a su vez, recogía básicamente los del primero, realizado en 2002 sobre datos de 2001. Era, en efecto, interesante prolongar la serie comparativa de los principales aspectos investigados: esta comparación pudo hacerse en el estudio anterior y, en esta ocasión, se añaden a la serie los datos de 2006.

El cuestionario

El cuestionario aplicado en esta última investigación es exactamente el mismo que el utilizado en el estudio anterior, con objeto de acopiar la información de interés ya prevista en el marco de anteriores convenios y de establecer comparaciones con el los anteriores estudios. Así, los ítems básicos de este cuestionario se han retomado esencialmente del cuestionario de 2002, pero contiene además otros sobre las condiciones de trabajo en las OMICs (medios presupuestarios y de personal) y algún complemento o dimensión suplementaria a determinadas tablas de acopio estadístico.

El obstáculo fundamental

Al igual que en las encuestas precedentes, el obstáculo fundamental ha consistido en superar la inadecuación de las nomenclaturas de agregación de datos en el cuestionario a los registros de las OMICs. En efecto, estos registros son variables en sus criterios entre las diferentes OMICs y, en cualquier caso, según las diferentes Comunidades Autónomas.

Como se ha indicado en anteriores ocasiones, sería conveniente consensuar una nomenclatura que actualice la vigente en los cuestionarios, incorpore otras líneas de reclamaciones significativas de las preocupaciones actuales y facilite la cumplimentación por parte del conjunto de las OMICs, buscando los puntos de definición más próximos a las nomenclaturas en uso en las diferentes CCAA.

Evidentemente, tenemos que agradecer, una vez más, que, en estas condiciones de heterogeneidad, los técnicos que han cumplimentado los cuestionarios hayan hecho el esfuerzo que se les solicitaba.

La muestra obtenida y la significación de los datos

El estudio de este año se ha iniciado con el envío del cuestionario a finales del mes de Octubre, después de la firma del correspondiente convenio. Además, el cuestionario se puso a disposición en soporte Excel, en la Web de la FEMP.

Partimos para el análisis que presentamos en este informe, de la muestra lograda hasta el día 15 de diciembre, que se refleja en las tablas siguientes.

Tabla 1.1 DISTRIBUCIÓN MUESTRAL				
EL UNIVERSO Y DE LA MUESTRA POR TRAMOS POBLACIONALES	Universo		Muestra	
	OMICs	Población	Cuestionarios	Población
Ayuntamientos de menos de 5.000 hab	197	412.772	15	39.875
Ayuntamientos de 5.000 a 20.000 hab	269	3.080.160	29	326.507
Ayuntamientos de 20.000 a 100.000 hab	246	10.290.404	34	1.372.031
Ayuntamientos de más de 100.000 hab	57	17.543.600	11	7.281.470
OMICs Intermunicipales		344.856	2	81.153
TOTALES	769	31.671.792	91	9.102.036

En total se han acopiado 91 cuestionarios distribuidos como se puede ver en los estratos poblacionales que figuran en la Tabla 1.1. Podemos contemplar la estructura de la muestra bajo dos aspectos: a través del criterio de las OMICs que han respondido (número de cuestionarios) y por el criterio de la población “representada” en las respuestas. No podemos considerar como rigurosamente representativa la muestra por el número de OMICs representadas (número de cuestionarios): sobre todo el tramo de las OMICs de los municipios más pequeños no alcanza una importancia suficiente, ni por el número de cuestionarios ni por la población por ellos “representada”.

No obstante, globalmente, la muestra es significativa de las actividades de las OMICs, tanto territorialmente como poblacionalmente. En ella figuran municipios del conjunto de las Comunidades Autónomas y las OMICs presentes representan en total una población muy importante (casi el 30% de la población del universo de referencia), sobre todo en ciudades medias y grandes, en las cuales precisamente la presencia de las OMICs es relativamente mucho más frecuente.

Tabla 1.2 CUESTIONARIOS DE OMICs INTERMUNICIPALES			
CUESTIONARIOS INTERMUNICIPALES	Cuestionarios	Municipios	Habitantes
Mancomunidades	1	14	72.765
Consortio	1	5	9.388
TOTALES	2	19	82.153

En efecto, como vemos en la tabla 1.2, 19 pequeños municipios están representados por dos OMICs, una gestionada en régimen de consorcio y otra en régimen de mancomunidad. Cabe subrayar que, en los tramos de los municipios de más de 20.000 habitantes, sobre todo en el de los más grandes, en los que la cobertura poblacional de las OMICs es, además, más completa, la “representatividad poblacional” de la muestra es importante.

Estamos ante una muestra significativa del universo de las OMICs españolas con un grado de validez relativamente adecuado a los objetivos del estudio. Cuando se establecemos comparaciones con los datos de los estudios anteriores lo haremos estableciendo proyecciones al conjunto del universo, es decir al conjunto de los municipios y población con OMICs. En este informe, se presentan y analizan los resultados de los principales ítems, dejando provisionalmente aparcados aquellos cuyas respuestas, en la situación actual de la muestra, no son significativas.

No obstante, para obtener una muestra más rigurosamente representativa, esperamos seguir recibiendo cuestionarios en la FEMP, y, en ese caso, se podrán actualizar las tablas de este informe y realizar un análisis más exhaustivo, con una mayor fiabilidad de los datos. En la situación actual de la muestra, podemos considerar que el margen de error es menor en cuanto a la estructura o distribución de las consultas, reclamaciones y denuncias, mayor en cuanto a la estimación de las magnitudes absolutas.

II. LA GESTIÓN DE LOS PROBLEMAS DE LOS CONSUMIDORES

Un año más, las OMICs a lo largo del ejercicio del 2006 han atendido problemas de los consumidores gestionando consultas, reclamaciones y denuncias que atañen a un amplio abanico de ámbitos de la actividad económica tanto referidos al sector de la prestación de servicios como al de la adquisición de productos.

La actividad desplegada durante el pasado ejercicio por las OMICs españolas ha sido, una vez más, considerable, como puede verse en la tabla siguiente.

Tabla 2. VOLUMEN E IMPORTANCIA RELATIVA DE CONSULTAS, RECLAMACIONES Y DENUNCIAS						
SECTORES Y ÁMBITOS DE CONSUMO	CONSULTAS		RECLAMACIONES		DENUNCIAS	
SERVICIOS	N	%	N	%	N	%
Administración	25.160	2,1%	2.537	0,9%	1.166	4,7%
Agencias de viaje	24.944	2,0%	6.237	2,1%	692	2,8%
Agua	10.679	0,9%	1.934	0,7%	105	0,4%
Asesorías / gestorías	3.874	0,3%	728	0,2%	26	0,1%
Bancos y entidades financieras	44.458	3,6%	10.488	3,6%	939	3,8%
Comercio electrónico	6.874	0,6%	1.145	0,4%	90	0,4%
Vivienda en Alquiler	41.860	3,4%	2.737	0,9%	47	0,2%
Contratos celebrados fuera de establecimiento	9.697	0,8%	2.854	1,0%	286	1,1%
Correos, telégrafos y mensajerías	6.112	0,5%	1.381	0,5%	251	1,0%
Electricidad	30.833	2,5%	9.110	3,1%	681	2,7%
Enseñanza	10.038	0,8%	1.979	0,7%	337	1,3%
Espectáculos (cines, salas de fiestas, conciertos, etc.)	9.928	0,8%	3.809	1,3%	278	1,1%
Gas natural	16.273	1,3%	4.354	1,5%	442	1,8%
Gases licuados	6.354	0,5%	845	0,3%	131	0,5%
Gasolineras, estaciones de servicio	6.227	0,5%	1.547	0,5%	170	0,7%
Hostelería y restauración	22.546	1,8%	5.780	2,0%	832	3,3%
Información sobre conflictos en Comunidades de Propietarios	26.402	2,2%	1.312	0,4%	101	0,4%
Intermediación de servicios inmobiliarios	17.471	1,4%	2.547	0,9%	153	0,6%
Internet	27.235	2,2%	9.383	3,2%	276	1,1%
Peluquería y cosmética	2.431	0,2%	715	0,2%	28	0,1%
Profesionales liberales	13.347	1,1%	2.785	0,9%	68	0,3%
Reparación y mantenimiento del hogar	36.142	3,0%	8.051	2,7%	518	2,1%
Serv. de atención al cliente (telefonía, transportes, energía, agua,):	25.461	2,1%	9.552	3,2%	647	2,6%
S.A.T. electrodomésticos	23.056	1,9%	6.582	2,2%	437	1,7%
Sanidad privada	5.892	0,5%	1.375	0,5%	183	0,7%

Sanidad pública	9.826	0,8%	1.647	0,6%	49	0,2%
Seguros	38.447	3,1%	6.011	2,0%	223	0,9%
Talleres de automóvil y servicios de grúas	32.216	2,6%	9.621	3,3%	535	2,1%
Tarificación adicional	14.761	1,2%	3.721	1,3%	96	0,4%
Telefonía fija	90.569	7,4%	32.171	10,9%	654	2,6%
Telefonía móvil	77.337	6,3%	27.255	9,2%	2.763	11,1%
Tiempo compartido	2.876	0,2%	526	0,2%	58	0,2%
Tintorerías	13.627	1,1%	4.225	1,4%	239	1,0%
Transporte de mercancías	10.523	0,9%	3.519	1,2%	181	0,7%
Transporte público (ferrocarril, aéreo, autobús de línea, taxis, etc.)	27.195	2,2%	10.348	3,5%	397	1,6%
Tratamiento de datos personales	6.167	0,5%	1.930	0,7%	89	0,4%
Venta a distancia (catálogo, telefónica, televisiva)	14.579	1,2%	3.119	1,1%	248	1,0%
Otros servicios/ sectores	145.968	11,9%	24.464	8,3%	4.902	19,6%
TOTAL SERVICIOS	937.387	76,6%	228.322	77,3%	19.323	77,3%

PRODUCTOS						
Alimentación y bebidas	20.951	1,7%	6.156	2,1%	569	2,3%
Animales domésticos	3.845	0,3%	554	0,2%	290	1,2%
Electrodomésticos	36.276	3,0%	11.907	4,0%	718	2,9%
Electrónica e informática	27.203	2,2%	9.184	3,1%	308	1,2%
Enseres del hogar	23.128	1,9%	8.819	3,0%	635	2,5%
Juguetes	4.080	0,3%	725	0,2%	202	0,8%
Material de limpieza y aseos	1.076	0,1%	226	0,1%	7	0,0%
Productos sanitarios y farmacéuticos	2.639	0,2%	769	0,3%	38	0,2%
Textil, piel y calzado	25.027	2,0%	7.059	2,4%	537	2,1%
Vehículos	26.853	2,2%	5.723	1,9%	626	2,5%
Vehículos usados	14.163	1,2%	2.214	0,7%	210	0,8%
Vivienda en propiedad	72.978	6,0%	7.367	2,5%	868	3,5%
Resto	27.807	2,3%	6.206	2,1%	671	2,7%
TOTAL PRODUCTOS	286.028	23,4%	66.909	22,7%	5.679	22,7%

SERVICIOS+ PRODUCTOS	1.223.415	100,0%	295.232	100,0%	25.002	100,0%
-----------------------------	------------------	---------------	----------------	---------------	---------------	---------------

Las grandes tendencias: se mantiene un nivel alto de las consultas y de la propensión a reclamar, que se incrementa en pequeñas ciudades y zonas rurales

Un año más, los consumidores han entrado en contacto con las OMICs para exponer sus problemas y decidir si se realizan reclamaciones o se formalizan denuncias. Evidentemente, las consultas no desembocan necesariamente en reclamaciones y/o denuncias: normalmente, las consultas son más numerosas que las reclamaciones y éstas más importantes que las denuncias.

En total, según las primeras estimaciones que permite establecer la muestra en su situación actual, se han realizado en el conjunto de las OMICs durante el ejercicio de 2006, 1.223.415 consultas. Este guarismo básico comparado con el del estudio del ejercicio de 2001, en el que se habían registrado 999.375 consultas, permite observar un incremento muy notable, de más del 20 %, de las consultas en el periodo. Una primera comparación con los resultados del ejercicio de 2005 muestra, muestra, en cambio, una cierta estabilidad, o incluso una disminución del volumen de consultas realizado en 2006: la fluctuación a la baja supone en total -12% de consultas. Lo mismo cabe decir de las reclamaciones y denuncias.

Todo parece indicar que la disminución se refiere a una relativa menor conflictividad en el sector de los productos. En efecto, como vemos en la tabla siguiente, en el ámbito de los servicios, las consultas, reclamaciones y denuncias han mantenido su intensidad en relación con el año anterior (una disminución de -4% en las consultas), mientras que en el de los productos se constata una caída en las consultas de -31%.

Tabla 3. LA PROPENSIÓN A RECLAMAR						
SECTORES	RESULTADOS EN 2005			RESULTADOS EN 2006		
	CONSULTAS	RECLAM.	RECLAM/ CONSULTAS	CONSULTAS	RECLAM.	RECLAM/ CONSULTAS
SERVICIOS	966.791	245.340	25,4%	937.387	228.322	24,3%
PRODUCTOS	413.992	96.874	23,4%	286.028	66.909	23,4%
SERVICIOS+ PRODUCTOS	1.380.783	342.214	24,8%	1.223.415	295.232	24,1 %

En comparación con el ejercicio 2001, se mantiene una propensión a reclamar, próxima a la del ejercicio de 2005, más considerable que hace cinco años, que parece estabilizarse en torno al 24 % del volumen de las consultas, frente a solamente 15 % cuatro años antes. Esta relación está aún más igualada, si cabe, que en el ejercicio anterior entre servicios y productos.

Tabla 4. CONSULTAS, RECLAMACIONES Y DENUNCIAS POR TAMAÑO POBLACIONAL						
OMICs según población municipal	2005			2006		
	CONSULTAS	RECLAMACIONES	DENUNCIAS	CONSULTAS	RECLAMACIONES	DENUNCIAS
Menos de 5.000 habitantes	26.502	8.260	1.330	33.630	7.306	378
De 5.000 a 20.000 habitantes	133.772	32.988	7.850	234.718	46.277	11.260
De 20.000 a 100.000 habitantes	445.622	101.381	9.790	413.238	96.528	10.508
De más de 100.000 habitantes	784.516	201.743	23.274	541.828	145.121	2.856
TOTALES	1.390.412	344.372	42.244	1.223.414	295.232	25.002

Los datos de este estudio, en la situación actual de la muestra, indican que los consumidores españoles de las pequeñas ciudades y zonas rurales están cada vez más dispuestos a reclamar y a denunciar los problemas que surgen en el proceso que va de la compra al consumo, superando así la propensión que se observaba en las ciudades medias y en las grandes urbes. En el conjunto de las OMICs de municipios de menos de 20.000 habitantes se observa un incremento sobre todo en las consultas realizadas del 66% entre 2005 y 2006. Las reclamaciones (31%) y las denuncias (27%), también aumentan considerablemente.

La caída en la conflictividad se produce, como vemos, sobre todo en las ciudades de más de 100.000 habitantes. Se observa una reducción considerable de consultas, de -30%, de las reclamaciones, de -28%, y una muy fuerte caída, de -86%, en las denuncias.

La telefonía e Internet y las viviendas se mantienen como ámbitos más significativos de quejas. Se incrementan los problemas con entidades financieras

En su conjunto, como acabamos de ver, las consultas y las reclamaciones han crecido considerablemente entre 2001 y 2005 y se mantienen, con cierta disminución en el 2006. No obstante, un análisis comparado de la Tabla 2 con la tabla correspondiente del estudio anterior muestra, en el marco de esta tónica general, algunas constantes y algunos cambios relativos relevantes en los diferentes ámbitos conflictivos.

Los servicios

En primer lugar, recordemos que en el sector de los servicios se había constatado en los últimos años que el incremento de los problemas era relativamente mayor en el ámbito de la *telefonía fija y móvil*. Éste era, conjuntamente, el de mayor peso tanto en consultas como en reclamaciones. Ahora comprobamos que ese crecimiento se ha consolidado, ya que se mantiene ese ámbito como el más importante, claramente destacado sobre todos las demás líneas de consultas y reclamaciones.

La telefonía en sus diferentes modalidades, fija y móvil era y es la principal fuente de quejas entre los consumidores de la sociedad de la información y de la comunicación. No obstante, cabe constatar que en 2006 disminuyen relativamente los problemas con la telefonía fija, mientras tienden a incrementarse las quejas asociadas a la telefonía móvil y a *Internet*.

En este último ejercicio en relación con el anterior, además, se incrementan absoluta y/o relativamente los problemas con los consumidores e usuarios en la relación con los *bancos y entidades financieras*, con los operadores del sector de la *electricidad, reparación y mantenimiento del hogar*, los *espectáculos* y, también en algo que no supone todavía un porcentaje alto del total, pero que experimenta un incremento intenso y que es muy significativo de las nuevas preocupaciones de la sociedad de la información: el *tratamiento de los datos personales*.

También se incrementan las quejas en los servicios de *transporte* (público y de mercancías), *sanidad pública*. En cambio, las *agencias de viajes*, con las *gasolineras* y

estaciones de servicio, los servicios de atención al cliente, transportes, energía y agua, con la sanidad privada: en estos ámbitos las consultas a penas han mantenido su nivel o han disminuido en 2006.

En otros tipos de servicios también disminuyen las consultas y reclamaciones, es el caso de la *administración, el gas natural, las viviendas en alquiler, los conflictos en comunidades de propietarios, SAT electrodomésticos y sanidad privada.*

Una característica específica de las respuestas al cuestionario en esta ocasión se refiere a la variedad de los ámbitos de consulta y reclamación. El apartado de otros servicios se amplía y aparecen ámbitos con una fuerza significativa mayor que en ejercicios anteriores: *fotografía, televisión de pago, servicios de mantenimiento físico* y otros, muestran esa mayor diversidad de servicios que pueden atraer el descontento del consumidor. El peso específico de este apartado de otros servicios o resto de los servicios se ha duplicado en relación al ejercicio anterior.

Los productos

En cuanto al sector de los productos, hemos señalado ya, en primer lugar, que su peso en el conjunto de consultas y reclamaciones ha disminuido, según las proyecciones de la muestra actual.

Las quejas en *enseres del hogar*, que suponían la tercera parte de las consultas del ámbito de los productos en 2005, baja considerablemente, y esta caída es el responsable principal de la disminución global apuntada para 2006, y especialmente de la disminución en el sector productos: en efecto, las consultas pasan del 10 % del total de consultas en las OMICs en aquél año a solamente el 1,9 % en el ejercicio pasado. La disminución es también considerable en reclamaciones. Es decir, que los problemas de los consumidores en relación con los *enseres del hogar* pasan a una dimensión relativa más acorde con la que tenían años atrás, según los datos de 2001.

En primer lugar, cabe subrayar que las quejas relacionadas con la *vivienda en propiedad*, se incrementan en valores absolutos en consultas, y también en su peso relativo en el conjunto, mientras que las reclamaciones y denuncias disminuyen de manera clara. Los *vehículos* y el *textil, piel y calzado* siguen constituyendo ámbitos principales de consultas en 2006, pero estabilizan su importancia absoluta y relativa en relación con el ejercicio precedente.

La *electrónica y la informática*, como no podía ser menos en una sociedad que se moderniza con rapidez, constituyen un ámbito de conflictividad para los consumidores que había crecido considerablemente entre 2001 y 2005, pasando del 1,07% de las consultas al 4,9%: en 2006, en cambio, aunque se mantiene un grado significativo de conflictividad, con un peso relativo del 2,2%, registran una caída considerable en consultas, reclamaciones y denuncias en relación con 2005, a pesar del incremento importante de las compras en este apartado.

El incremento más significativo de consultas y reclamaciones, en el sector de productos, se refiere a los electrodomésticos: de 17.532 consultas en 2005, pasa a registrar en 2006 más de 36.000, un 3,0% del global de consultas, frente a 1,3%.

Los motivos de reclamación y denuncias

Si los ámbitos que atraen más conflictividad en el fenómeno del consumo varían al ritmo de los cambios en la economía y en el modo de vida, las causas o motivos de los problemas que se plantean al consumidor también cambian, incluso de un año para otro, como podemos comprobar en la Tabla 5.

Tabla 5. LA EVOLUCIÓN DE LAS CAUSAS DE CONFLICTO EN EL CONSUMO				
CAUSAS O MOTIVOS	RESULTADOS EN 2005		RESULTADOS EN 2006	
	RECLAMACIONES	RECLAMACIONES	RECLAMACIONES	DENUNCIAS
Deficiencias en prestación servicio, fabricación	25,1%	28,7%	38,4%	30,6%
Incumplimiento condiciones venta, garantía	26,0%	29,3%	25,6%	17,2%
Precios, facturación	17,3%	12,5%	16,0%	13,2%
Cláusulas abusivas	6,7%	10,8%	8,3%	5,3%
Publicidad engañosa	7,1%	10,1%	4,6%	4,0%
Otras causas o motivos	17,7%	8,6%	5,1%	29,0%
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

Las causas de reclamaciones en 2006 se vuelven a concentrar fuertemente, casi como en 2001, en torno a las deficiencias en la prestación del servicio contratado o a los defectos de fabricación del bien adquirido (más del 38% del total). Estas mismas causas o motivos siguen teniendo un peso importante (casi 31%) en las denuncias tramitadas. En cambio, el incumplimiento de las condiciones de venta disminuye como razón para denunciar, así como la publicidad engañosa.

Otras causas y motivos disminuyen en las reclamaciones, pero se incrementan considerablemente a la hora de formalizar denuncias.

Las modalidades de gestión en las OMICs

En 2006 se constata un incremento importante de las gestiones presenciales en relación con la distribución de modalidades observada en 2005, como se observa en la tabla 6. Las consultas se realizaban en 2001 mayoritariamente de manera presencial (en el 69 % de los casos): sin llegar a un peso tan grande, en 2006 se recuperan de manera importante el peso de esta modalidad de consultas y se acentúa en el ámbito de las reclamaciones, mientras desciende en el de las denuncias.

Tabla 6. LOS TIPOS DE GESTIÓN						
TIPO DE GESTIÓN	RESULTADOS EN 2005			RESULTADOS EN 2006		
	CONSULTAS	RECLAMACIONES	DENUNCIAS	CONSULTAS	RECLAMACIONES	DENUNCIAS
Presencial	45,0%	53,0%	81,0%	54,5%	59,4%	65,8%
Telefónica	37,5%	9,5%	3,5%	14,3%	1,7%	1,9%
Fax	1,6%	1,5%	1,3%	2,3%	4,4%	3,1%
Correo postal	0,2%	7,6%	4,3%	18,3%	26,8%	28,3%
Web	1,6%	4,6%	4,1%	9,2%	4,7%	0,0%
Correo Electrónico	7,1%	14,9%	3,1%	0,5%	0,2%	0,6%
Otros tipos	7,0%	8,9%	2,7%	0,8%	2,1%	0,3%
Total	100 %	100%	100%	100 %	100 %	100 %

Las gestiones por teléfono descienden de manera muy importante y ya no ocupan el segundo lugar en 2006, así como el contacto por correo electrónico. En cambio, en relación con lo observado en el ejercicio de 2005, en 2006 el correo postal convencional cobre una gran importancia relativa y se incrementa también el peso de la Web (para las consultas).

Todo parece indicar que este último ejercicio se ha producido un cambio de comportamiento en relación con el año anterior: los consumidores y usuarios se desplazan más a las OMICs para ser atendidos personal y presencialmente, incluso para efectuar “simples” consultas. El correo postal convencional retoma vigor como si la lógica de la “prueba formal” se impusiera con más fuerza. Para las OMICs, a pesar de la reducción de la importancia global de consultas y reclamaciones, este cambio podría estar suponiendo una mayor carga de trabajo, o, al menos, una atención de mayor calidad.

[]