

ACTUACIÓ D'OFICI DEL SÍNDIC

ELS DRETS DELS CONSUMIDORS EN L'ÀMBIT LOCAL. LES OMIC I LES OCIC

Índex

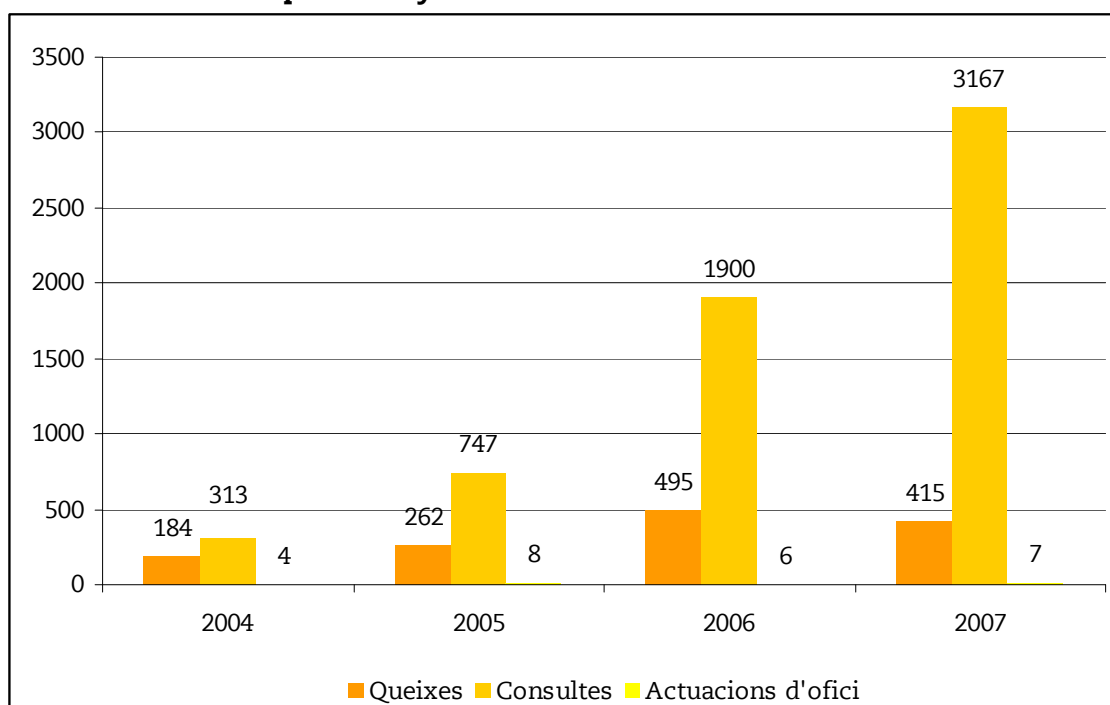
1. Introducció
 2. Els drets dels consumidors i usuaris com a drets bàsics
 3. Anàlisi estadística de les consultes i les queixes rebudes pel Síndic durant els anys 2006 i 2007
 - 3.1. Metodologia
 - 3.2. Perfils de les persones que presenten queixes
 - 3.3. Dimensió territorial de les queixes
 - 3.4. Objecte de les queixes
 - 3.4.1. Manca de coordinació entre les administracions
 - 3.4.2. La mediació
 - 3.4.3. L'arbitratge
 - 3.4.4. La gestió de les oficines
 - 3.4.5. Els sectors comercials objecte de queixa
 - 3.5. Les administracions afectades per les queixes
 - 3.6. Les resolucions del Síndic
 4. Anàlisi dels resultats de l'enquesta tramesa a les OMIC i les OCIC
 - 4.1. Metodologia
 - 4.2. Resultats més significatius
 - 4.2.1. Creació de les oficines
 - 4.2.2. Atenció al ciutadà
 - 4.2.3. Funcions de les oficines
 - 4.2.3.1. Mediació i arbitratge
 - 4.2.3.2. Informació i educació
 - 4.2.3.3. Inspecció i actuació sancionadora
 - 4.2.4. Volum d'actuacions
 - 4.2.4.1. Recursos humans de les oficines
 - 4.3. Recursos econòmics
 - 4.3.1. Finançament propi
 - 4.3.2. Finançament aliè
 - 4.4. Suport extern a les oficines
 - 4.5. Usuaris
 5. Conclusions
 6. Suggeriments
- Annex 1. Qüestionari de l'enquesta a les oficines del consumidor
Annex 2. Fitxa resum dels aspectes organitzatius de l'enquesta

1. Introducció

Tot i que encara hi ha un cert desconeixement generalitzat de la ciutadania sobre els drets que la normativa reconeix als consumidors i usuaris, i sobre els diversos organismes als quals es poden adreçar per formular una consulta o per presentar una reclamació o una denúncia, el cert és que cada cop més els ciutadans van prenent consciència dels seus drets i de la necessitat d'actuar davant una vulneració d'aquests drets per una determinada empresa o establiment comercial.

Aquest fet es tradueix en un gran nombre de consultes i queixes que rep aquesta institució en matèria de consum, les quals s'han incrementat notablement durant els darrers anys, segons reflecteix el gràfic que apareix a continuació.

Gràfic 1. Evolució de les consultes i les queixes en matèria de consum durant els darrers quatre anys



Font: elaboració pròpia

Val a dir si les queixes en matèria de consum han passat de 184 (any 2004) a 415 (any 2007), amb un increment del 125%, el nombre global de queixes de la institució ha passat de 2.901 a 5.299 (amb un increment del 80,67%). Aquest diferencial és encara més significatiu en el cas de les consultes, ja que les que afecten l'àrea de consum han passat de 313 a 3.167, mentre que les generals han passat de 2.323 a 16.399.

Són moltes les persones que se'ns han adreçat per plantejar-nos les dificultats amb què es troben a l'hora de contractar o donar de baixa subministraments bàsics (telefonía, gas, llum o aigua), o per queixar-se en relació amb les condicions de prestació d'un determinat servei de transport públic, o la dificultat per presentar una reclamació amb motiu de la prestació d'un servei que no s'ajusta al que inicialment es va contractar, o perquè el producte

adquirit ha resultat defectuós o inadequat per a la finalitat per a la qual es va comprar.

Cal tenir present que la contractació d'un servei o l'adquisició d'un producte són actes de consum que realitzem de forma quotidiana i que, per tant, formen part del dia a dia de qualsevol persona: des d'anar a comprar el pa a agafar l'autobús per desplaçar-nos al lloc de treball o a portar un vestit a la tintoreria. De la realització de qualsevol d'aquests actes, se'n deriva tota una sèrie de drets per als consumidors i usuaris que, tot i la seva importància, sovint han passat inadvertits o han estat menysvalorats per l'escassa quantia econòmica de la contraprestació concreta, sense tenir en compte que també en aquests casos hi pot haver una veritable vulneració de drets de les persones.

El nostre ordenament jurídic civil ha tingut cura de regular a bastament les relacions contractuals, des de la consideració bàsica, en l'àmbit del dret privat, que la relació és sempre entre iguals. El cert, però, és que en l'àmbit del consum la relació no sempre és entre iguals, de manera que el legislador i els governs han de preveure mecanismes reguladors que permetin el més feble de la relació contractual disposar de mecanismes administratius per fer possible de resoldre les discrepàncies al marge del sistema judicial, tant per l'estalvi de temps com de diners que això representa. La intervenció de l'Administració, en l'intent d'evitar la judicialització dels conflictes derivats de l'accés al consum, especialment quan és de poca quantia, s'ha de potenciar en benefici dels consumidors finals, del sector més feble de la cadena de producció/consum.

Paral·lelament, cal ser conscient que el Síndic no pot intervenir en les problemàtiques que s'incardinen dins l'àmbit estrictament privat. En aquests casos, el Síndic procura orientar adequadament la persona en relació amb els organismes públics que a compleixen tasques en matèria de consum als quals es pot adreçar (oficines comarcals i municipals d'informació al consumidor i Agència Catalana del Consum) per obtenir l'assessorament necessari sobre els seus drets com a consumidor o usuari, i sobre els mitjans de què disposa per defensar la seva pretensió davant una determinada empresa o establiment comercial.

En matèria de consum, el Síndic, a banda de la supervisió de les empreses privades que gestionen serveis públics o a compleixen activitats d'interès general o universal, li correspon també la supervisió de l'actuació de les administracions públiques que a compleixen tasques d'informació i defensa dels drets dels consumidors, com són les oficines comarcals i municipals d'informació al consumidor o l'Agència Catalana del Consum de la Generalitat de Catalunya.

D'acord amb això, aquesta institució també rep la queixa del ciutadà que s'ha adreçat a un servei públic de consum i considera que l'oficina de consum en qüestió no ha dut a terme una actuació adequada o suficient en la defensa dels seus drets, o no l'ha informat prou de les tasques dutes a terme pel que fa a la seva reclamació.

La necessitat de donar resposta a aquestes queixes d'una manera més aprofundida i detallada de la que es pugui derivar de l'anàlisi de la queixa

concreta, i la voluntat de conèixer de més a prop el treball diari que porten a terme aquestes oficines de consum, especialment les dificultats que tenen a l'hora de complir les funcions que els corresponen, ha portat aquesta institució a elaborar aquest treball. Per dur-lo a terme hem tramès una enquesta a les oficines municipals i comarcals d'informació al consumidor d'arreu de Catalunya (en endavant OMIC i OCIC, respectivament), a fi de valorar les funcions que porten a terme aquestes oficines, els criteris que segueixen a l'hora d'atendre les consultes i les reclamacions que presenten els usuaris, la suficiència dels mitjans personals i materials de què disposen per prestar el servei i, en definitiva, el nivell de qualitat en la prestació dels serveis de consum.

Així mateix, en el decurs dels darrers anys, hem visitat també l'Agència Catalana del Consum i diverses oficines municipals d'informació al consumidor, i en aquestes visites hem pogut mantenir un intercanvi d'opinions amb el personal responsable d'aquests serveis i hem pogut conèixer de prop el dia a dia d'aquestes oficines.

Així doncs, aquest treball és, principalment, fruit de l'anàlisi de les queixes rebudes a la institució sobre l'actuació dels diversos organismes de consum, i del tractament i de l'anàlisi de les dades que es desprenen de les enquestes esmentades més amunt, que ha emplenat la gran majoria de les oficines a què ens hem adreçat, a les quals volem agrair expressament la inestimable col·laboració, sense la qual aquest treball no hauria estat possible.

Cal aclarir, no obstant això, que aquest treball no constitueix una anàlisi exhaustiva i detallada sobre la situació dels serveis de consum a Catalunya, sinó que més aviat n'és una primera aproximació, amb la finalitat d'extreure unes primeres conclusions amb relació a les funcions que compleixen aquestes oficines, la suficiència de mitjans personals i materials de què disposen i les mancances o dificultats que tenen, així com sobre la coordinació existent entre els diversos organismes que actuen en matèria de consum a Catalunya. Si pensem que estem davant un camp d'activitat en què l'exigència de garantia dels drets és creixent, cal veure quin és l'estat d'aquests organismes per proposar-ne la millora.

Precisament, com que es tracta d'un primer estudi sobre els serveis d'informació i defensa dels drets dels consumidors a Catalunya, aquest treball tampoc no dóna compte del sistema arbitral de consum a Catalunya, ni del funcionament concret de les diverses juntes arbitral de consum que hi ha, sens perjudici de fer-ho més endavant en un informe complementari a aquest, si es considera necessari.

Aquest informe no és sobre estructura de drets, ni sobre l'impacte de determinades legislacions o la possibilitat de fer-hi canvis de manera que permetin garantir millor els drets de les persones. És un informe sobre un servei que afecta nous drets, molt jove, però que afecta el conjunt de la població; un servei que es configura com un mecanisme de defensa dels més dèbils davant els contractes d'adhesió de molts operadors de serveis bàsics, o la lentitud en el funcionament de l'Administració de justícia i els costos d'accedir-hi, que quasi sempre la fan poc eficient en l'àmbit del consum. És un informe sobre un servei que ha de permetre generar confiança en el sistema, i que es fonamenta en la voluntat de tothom: dels ajuntaments per crear els

organismes, de les empreses subministradores per sotmetre's a control, i dels consumidors finals per no rendir-se davant el que poden considerar com un abús per part dels subministradors.

2. Els drets dels consumidors i usuaris

A l'actual societat de consum han proliferat els contractes d'adhesió, els contractes tipus i l'ús de condicions generals.

En aquest context, atès que el consumidor i usuari no es troba en una situació d'igualtat envers la part que ofereix el producte o el servei —i més encara si es tracta de serveis imprescindibles per a la vida quotidiana— cal donar-li una protecció jurídica específica.

Els consumidors ja no es consideren únicament com a compradors o usuaris de béns i serveis per a un ús individual, sinó com a persones a qui interessin i afecten els diversos aspectes de la vida social directament i indirectament en tant que consumidors.

D'acord amb aquesta transformació social, l'Estatut d'autonomia de Catalunya atorga una importància cabdal als drets dels consumidors i usuaris.

El legislador català, per millorar la vida dels ciutadans com a consumidors i usuaris, compromet directament els poders públics en la tasca de vetllar per la garantia dels seus drets.

Així, i fent ús de la competència exclusiva que exerceix la Generalitat sobre consum, l'Estatut inclou:

- a) “La defensa dels drets dels consumidors i els usuaris, i l'establiment i l'aplicació dels procediments administratius de queixa i reclamació.
- b) La regulació i el foment de les associacions dels consumidors i els usuaris i llur participació en els procediments i afers que les afectin.
- c) La regulació dels òrgans i els procediments de mediació en matèria de consum.
- d) La formació i l'educació en el consum.
- e) La regulació de la informació en matèria de consumidors i usuaris.”

D'aquesta manera, si bé la legislació sectorial concreta quins són els drets dels consumidors i usuaris en àmbits específics, l'Estatut ja inclou, entre els drets de l'àmbit civil i social, els drets que integren un estatut bàsic del consumidor. Així, l'article 28 enumera els drets següents:

- “Dret a la protecció de llur salut i seguretat.

- Dret a una informació veraç i entenedora sobre les característiques i els preus dels productes i dels serveis.
- Dret a un règim de garanties dels productes adquirits i dels subministraments contractats.
- Dret a la protecció de llurs interessos econòmics davant conductes abusives, negligents o fraudulentess.
- Dret a ésser informats.
- Dret a participar directament o per mitjà de llurs representants, pel que fa a les administracions públiques, en els termes que estableixen les lleis.”

A més, el capítol V de l'Estatut d'autonomia disposa que la protecció dels consumidors i els usuaris (art. 49) n'és un principi rector. Per tant, “els poders públics han de garantir la protecció de la salut, la seguretat i la defensa dels drets i els interessos legítims dels consumidors i usuaris”. Així mateix, també “han de garantir l'existència d'instruments de mediació i arbitratge en matèria de consum, n'han de promoure el coneixement i la utilització i han de donar suport a les organitzacions de consumidors i usuaris”.

Tot això configura els drets de consumidors i usuaris com a drets bàsics, susceptibles, doncs, de supervisió pel Síndic.

3. Anàlisi estadística de les consultes i les queixes rebudes pel Síndic

Aquest capítol té per objecte l'anàlisi dels principals problemes amb què es troba la ciutadania pel que fa a les administracions en defensa dels consumidors (oficines municipals d'informació al consumidor, oficines comarcals d'informació al consumidor, Agència Catalana del Consum i juntes arbitrials de consum), així com les resolucions que ha emès el Síndic en aquesta matèria i l'orientació a les persones interessades. El període estudiat comprèn els anys 2006 i 2007.

Els principals objectius del capítol són els següents:

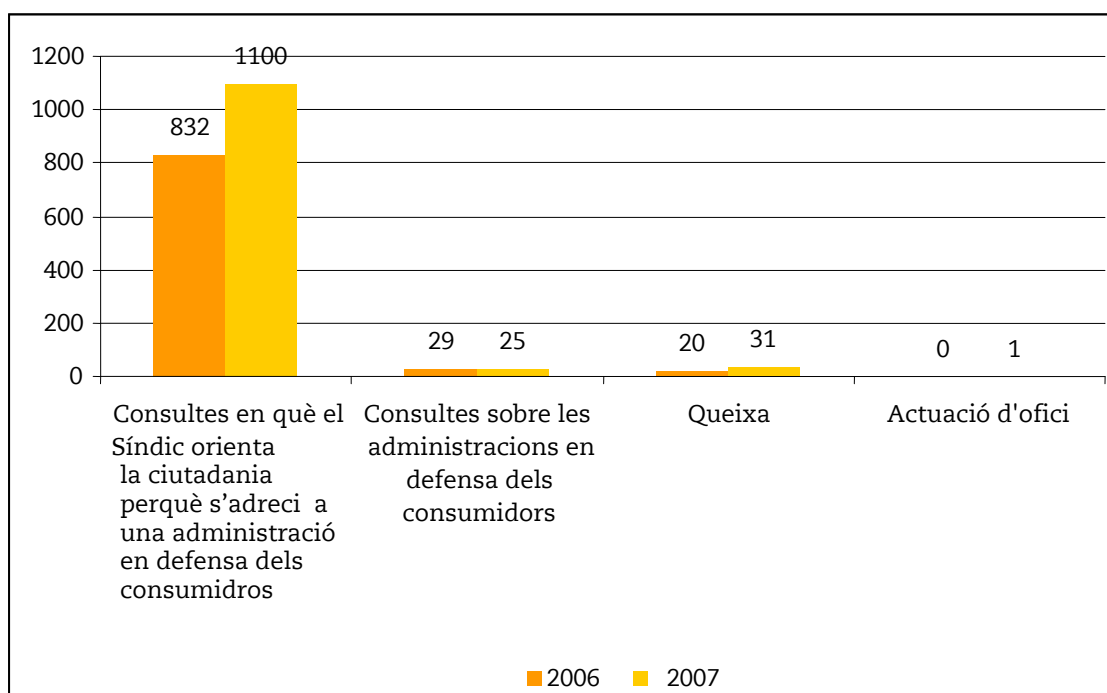
- a) Conèixer el perfil de les persones interessades que han sol·licitat la intervenció del Síndic de Greuges de Catalunya, ja sigui mitjançant una consulta o la formulació d'una queixa (la qual cosa es detalla en l'apartat 3.2 d'aquest capítol).
- b) Conèixer l'abast territorial i els tipus de municipis en què es produeixen les consultes i les queixes (3.3).
- c) Detectar els principals problemes amb què es troben els ciutadans en relació amb les administracions, des del punt de vista de les seves demandes, pel que fa al tipus d'intervenció de les administracions en defensa del consumidor (3.4).
- d) Conèixer les administracions afectades en les consultes i les queixes que han presentat les persones interessades al Síndic (3.5).
- e) Conèixer les principals resolucions que ha emès el Síndic per resoldre aquestes queixes i donar-hi resposta a (3.6).

3.1. Metodologia

Per elaborar l'informe, el 2 de gener de 2008 es va fer una extracció de les consultes i les queixes rebudes sobre administracions de defensa dels consumidors durant els anys 2006 i 2007, així com les consultes en què el Síndic va orientar la ciutadania perquè s'adrecés bé a l'oficina municipal d'informació al consumidor corresponent (si el municipi en disposava), bé a l'oficina comarcal d'informació al consumidor, o bé a l'Agència Catalana del Consum o a les juntes arbitral.

En aquest sentit, es distingeix entre les actuacions en què el Síndic intervé com a receptor de les queixes i consultes formulades a les administracions en defensa dels consumidors i les consultes en què el Síndic orienta la ciutadania perquè s'adreci a les administracions en defensa del consumidor.

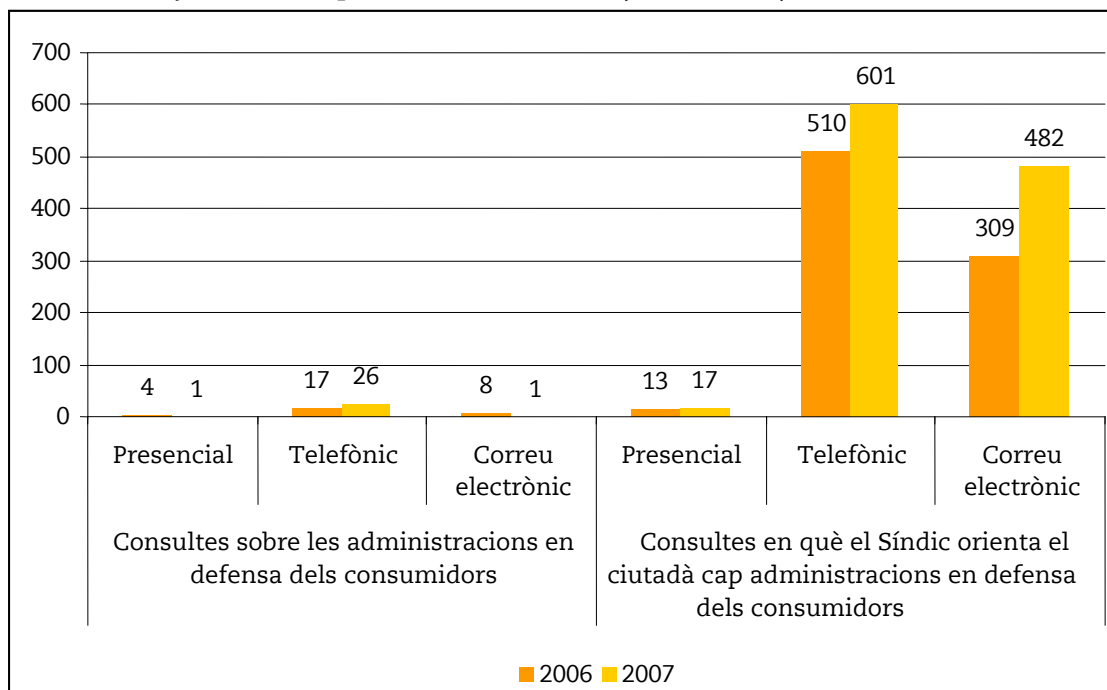
Gràfic 2. Consultes, queixes i actuacions d'ofici en matèria d'administracions en defensa dels consumidors (2006-2007)



Font: elaboració pròpia

Pel que fa a les consultes sobre les administracions en defensa dels consumidors, el 75,4% s'ha fet per telèfon, el 15,8% per correu electrònic i, finalment, un 8,8% s'ha produït de manera presencial. Aquests resultats varien substancialment en el cas de les consultes en matèria de consum en què el Síndic deriva el ciutadà a les administracions en defensa dels consumidors. Així, en aquest cas, el 62,6% de les consultes es fa per correu electrònic, el 29,5% per telèfon i, finalment, el 7,9% es fa de manera presencial.

Gràfic 3. Mitjà utilitzat per a les consultes (2006-2007)



Font: elaboració pròpia

Els tipus de dades recollides se sintetitzen en set grups:

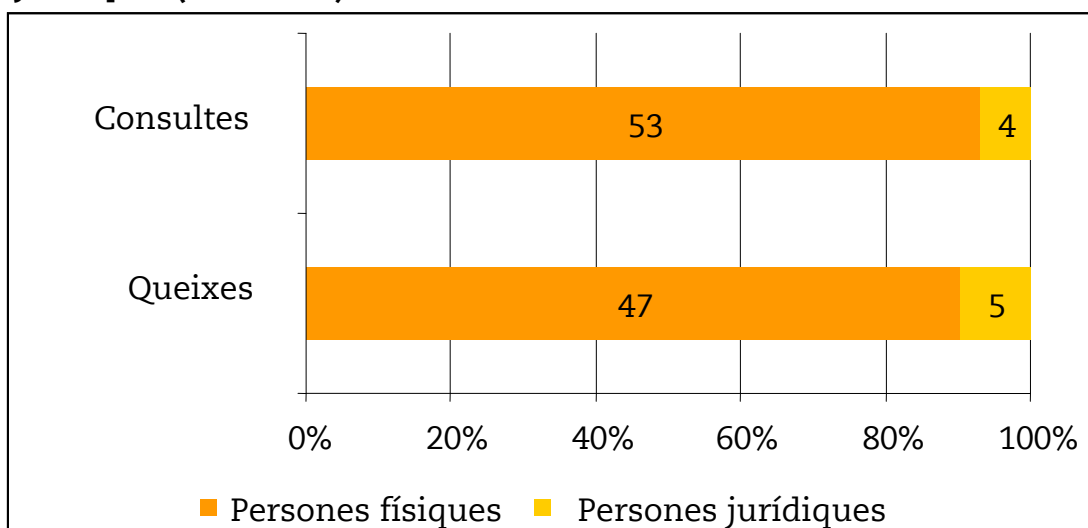
- Dades identificatives de les queixes i de les consultes
- Característiques de les persones que presenten la queixa o la consulta
- Distribució territorial de les queixes i les consultes
- Objecte de les queixes i les consultes
- Administracions afectades per les queixes
- Resolucions del Síndic
- Seguiment de les resolucions

L'annex 1 descriu les dades i els valors recollits en cada grup.

3.2. Perfils de les persones que presenten queixes al Síndic de Greuges sobre administracions en defensa dels consumidors

De les 109 queixes i consultes adreçades al Síndic sobre les gestions o les resolucions adoptades per les administracions en defensa dels consumidors, 9 han estat iniciades per persones jurídiques, mentre que les altres, les han iniciat persones físiques.

Gràfic 4. Distribució de nombre de queixes i consultes per persones físiques i jurídiques (2006-2007)



Font: elaboració pròpia

Pel que fa a les persones físiques, no s'observa una diferència de gènere quant a usuaris d'aquest tipus de serveis.

Pel que fa a les persones jurídiques, el Síndic ha rebut vuit sol·licituds d'intervenció i ha iniciat una actuació d'ofici. La naturalesa d'aquestes persones és força variada. Així, s'han rebut consultes o queixes tant d'associacions en defensa dels consumidors, com d'empreses disconformes amb el resultat del laude arbitral, d'altres administracions o, també, d'empreses que han rebut la desestimació de la seva sol·licitud de mediació o arbitratge, ja que aquest tipus de serveis només s'aplica a consumidors finals. La taula 1 mostra les consultes i les queixes de les diverses persones jurídiques que han iniciat un procediment de consulta o queixa al Síndic.

Taula 1. Distribució de les queixes i les consultes segons qui en sigui el promotor

	Persona jurídica	Nombre
Queixa	ajuntament	1
	consell comarcal	1
	associació en defensa del consumidor	1
	empresa objecte de reclamació	1
Consultes	empreses	3
	síndic local	1
Total		8

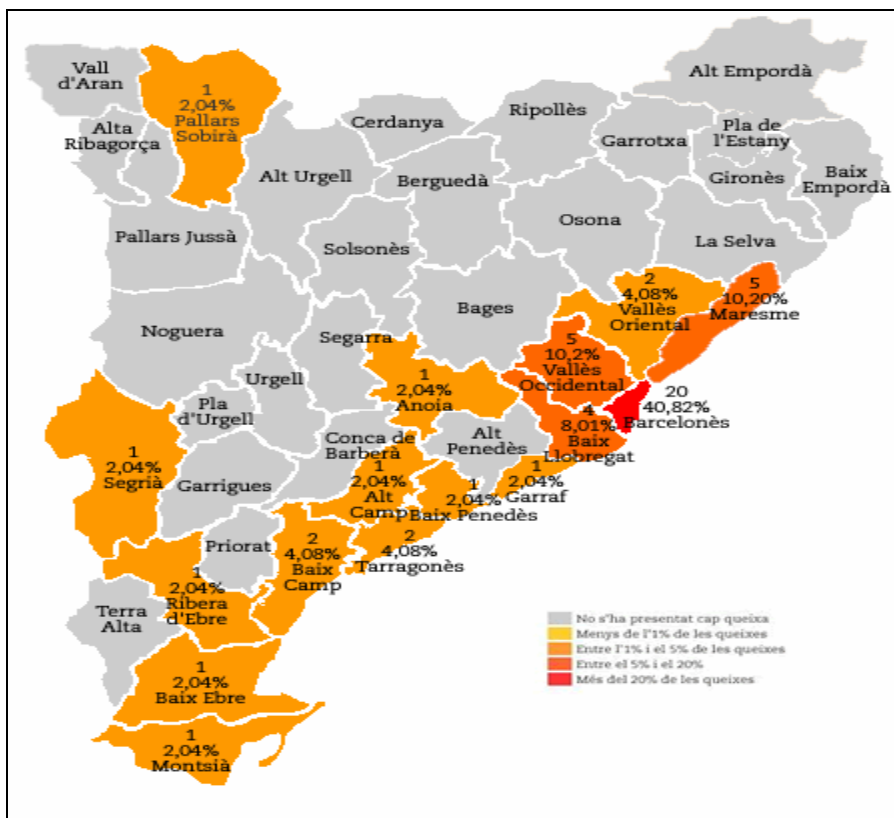
Font: elaboració pròpia

3.3. Dimensió territorial de les queixes

La distribució territorial de les queixes presentades al Síndic està condicionada, entre altres aspectes, al fet que en l'àmbit municipal i comarcal hi hagi oficines d'informació al consumidor. De fet, la probabilitat que es

produeixin queixes sobre el funcionament dels ens públics en defensa dels consumidors és més gran als municipis i les comarques que disposen d'aquest tipus d'oficines. De fet, tal com mostra el gràfic 5, la presència de queixes a les comarques de la província de Barcelona, que és on més oficines municipals d'informació al consumidor hi ha, és més important que a la resta de províncies.

Gràfic 5. Distribució territorial de les queixes



Font: elaboració pròpia

Tal com es pot observar treballam amb una fragmentació de trams desigual, la qual cosa obeeix al fet que també les oficines de consum són desiguals, de manera que es pot donar la circumstància que un nombre reduït d'actuacions d'una oficina situada en una zona amb poca densitat de població tingui una importància qualitativa superior que un nombre més elevat d'actuacions en una àrea més densament poblada. Per evidenciar aquesta circumstància, no hem utilitzat seqüències de fragmentació constants.

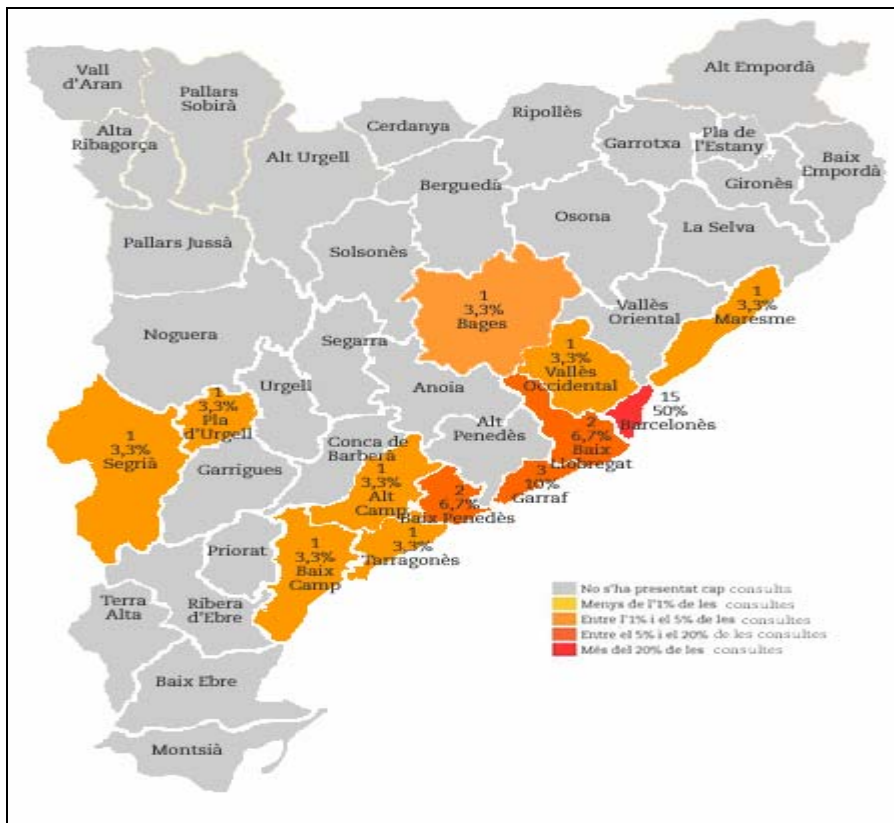
D'acord amb el gràfic 5, les comarques que han tingut un nombre més alt de queixes se situen a l'àrea metropolitana de Barcelona. Així, el Barcelonès, seguit del Vallès Occidental, del Maresme i del Baix Llobregat, són les comarques on els ciutadans plantegen més queixes sobre les administracions en defensa dels consumidors.

D'altra banda, convé destacar que hi ha dues queixes que no són al mapa perquè no provenen de Catalunya. Així, una fou presentada per una associació en defensa dels consumidors de Castella i Lleó respecte a l'actuació de l'Agència Catalana del Consum, i la segona es produeix des de l'Argentina per

la manca de resposta de l'Agència Catalana del Consum davant una reclamació a una companyia aèria.

Pel que fa a les consultes, tot i que en alguns casos no se sàpiga d'on provenen (27 casos), continuen essent majoritàries les consultes rebudes del Barcelonès, que és alhora la comarca que més habitants té, seguida del Garraf, el Baix Llobregat i el Baix Penedès.

Gràfic 6. Distribució territorial de les consultes



Font: elaboració pròpia

3.4. L'objecte de les queixes

Per desenvolupar aquest apartat s'ha classificat el nombre de queixes des del punt de vista de les demandes dels ciutadans. Així s'han agrupat les sol·licituds d'intervenció del Síndic segons quatre apartats.

El primer apartat, sobre manca de coordinació, fa referència a les queixes i les consultes dels ciutadans en relació amb l'abast de les actuacions que poden dur terme els diversos ens públics que participen en la defensa dels drets dels consumidors o usuaris i el conjunt d'interrelacions que s'estableixen entre ells a partir de l'actuació o inhibició davant de cada demanda.

El segon apartat, sobre mediació, agrupa les queixes i les consultes plantejades quan les administracions en defensa dels consumidors han utilitzat la mediació com a via per resoldre la reclamació, i els consumidors no estan d'acord amb el resultat.

El tercer apartat, sobre arbitratge, l'integren les queixes i les consultes relatives a les administracions relacionades amb la defensa dels consumidors quan han utilitzat l'arbitratge com a instrument de resolució de reclamacions.

El quart apartat, sobre gestió, inclou les queixes i les consultes derivades de la manca de comunicació, i dels procediments seguits per les administracions en defensa dels consumidors de la gestió de les reclamacions, amb independència de les vies emprades per resoldre la demanda i del resultat final.

Finalment, l'apartat *altres* engloba les queixes i les consultes relacionades amb problemàtiques poc habituals i diferents de les enunciades en els quatre apartats anteriors.

El nombre més alt de sol·licituds d'intervenció del Síndic fa referència, en primer lloc, a la tramitació dels expedients que duen a terme les administracions en defensa dels consumidors i, en segon lloc, a la mediació que han fet aquestes administracions. Tot i així, cal destacar que es tracta del tipus de queixes i consultes que és més probable que ocorrin, en el sentit que les administracions en defensa dels consumidors es dediquen, fonamentalment, a la mediació, atès que l'arbitratge es troba condicionat d'inici al fet que l'empresa contra la qual es reclama hi estigui adherida.

Taula 2. Consultes i queixes segons l'objecte

	Consulta	Queixa/ Act. Ofici	Total
1. Manca de coordinació	0,00%	7,84%	3,67%
2. Mediació	29,82%	21,57%	25,69%
3. Arbitratge	8,77%	15,69%	11,93%
4. Gestió	54,39%	50,98%	52,29%
5. Altres	7,01%	5,88%	6,42%
Total	100%	100%	100%

Font: elaboració pròpia

L'evolució de l'entrada de consultes i queixes sobre les administracions en defensa dels consumidors en el decurs d'aquests dos anys ha variat de manera important. Tot i que les qüestions relatives a la tramitació dels expedients continuen essent l'eix sobre el qual els usuaris o consumidors es queixen al Síndic, les valoracions i les queixes sobre l'eficàcia d'aquests ens han disminuït el darrer any. Així, mentre que l'any 2006 les queixes relatives a la manca d'actuació d'aquests ens a l'hora d'iniciar un procediment no reglat amb les empreses objecte de reclamació fou del 6,12%, l'any 2007 ha estat de l'1,67%.

Taula 3. Evolució de les consultes i queixes segons l'objecte

	2006	2007	Total
1. Manca de coordinació	6,12%	1,67%	3,67%
2. Mediació	22,45%	28,33%	25,69%
3. Arbitratge	16,33%	8,33%	11,93%
4. Gestió	44,90%	58,33%	52,29%

5. Altres	10,20%	3,33%	6,42%
Total	100%	100%	100%

Font: elaboració pròpia

El manteniment d'un percentatge alt d'actuacions lligades a problemes de gestió de les oficines posa de manifest, tal com hem assenyalat en la introducció d'aquest informe, un dels principals problemes que pateixen les administracions en defensa dels consumidors és la indefinició i la variabilitat, en molts casos, de les seves funcions. En conseqüència, l'usuari o consumidor percep que hi ha tot un conjunt d'administracions que poden intervenir en el seu problema, però no d'una manera absoluta; i que tot i que compleixi els requisits establerts per aquests ens, això no és una garantia de trobar una solució al seu problema.

Taula 4. Distribució de l'objecte de les queixes i consultes segons l'abast territorial

Comarca	Manca de coordinació	Mediació	Arbitratge	Gestió	Altres
Alt Camp			1		1
Anoia				1	
Bages				1	
Baix Camp		2		1	
Baix Ebre				1	
Baix Llobregat	1	1		3	1
Baix Penedès		1	1	1	
Barcelonès	3	6	5	19	2
Garraf		2		2	
Maresme		2	1	3	
Montsià		1			
Pallars Sobirà					1
Pla d'Urgell				1	
Ribera d'Ebre		1			
Segrià		1		1	
Tarragonès			1	1	1
Vallès Occidental		2	1	3	
Vallès Oriental		1		1	
Desconegut ¹		8	3	16	1
No aplica ²				2	
Total	4	28	13	57	7

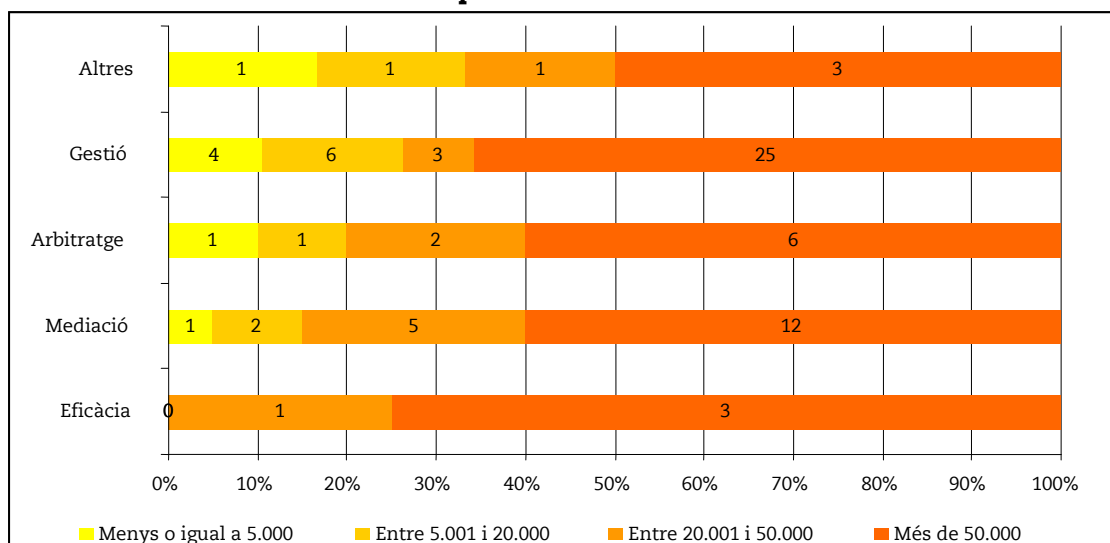
Font: elaboració pròpia

Quant a la distribució territorial, les queixes i les consultes es concentren, fonamentalment, a les comarques de la província de Barcelona; en primer lloc pel nombre d'habitants, i en segon lloc, perquè les comarques barcelonines tenen un nombre més alt d'administracions en defensa dels consumidors en comparació amb la resta de comarques catalanes.

¹ L'origen de la queixa o consulta no es coneix.

² Queixes o consultes fora del territori català.

Gràfic 7. Distribució de les queixes i consultes en funció de l'objecte i del nombre d'habitants del municipi



Font: elaboració pròpia

És en els municipis de més de 50.000 habitants és on es produeixen més queixes sobre l'eficàcia de les administracions en defensa dels consumidors.

3.4.1. Manca de coordinació de les administracions en defensa dels consumidors

Com hem assenyalat anteriorment, la manca de coordinació fa referència a les queixes i les consultes dels ciutadans en relació amb l'abast de les actuacions que poden desenvolupar els diversos ens públics que participen en la defensa dels drets dels consumidors o usuaris.

El 100% de les queixes i consultes sobre aquesta qüestió expressa el malestar de l'usuari davant el desconeixement de les eines de què disposa cadascuna de les administracions en defensa dels consumidors per poder resoldre la reclamació.

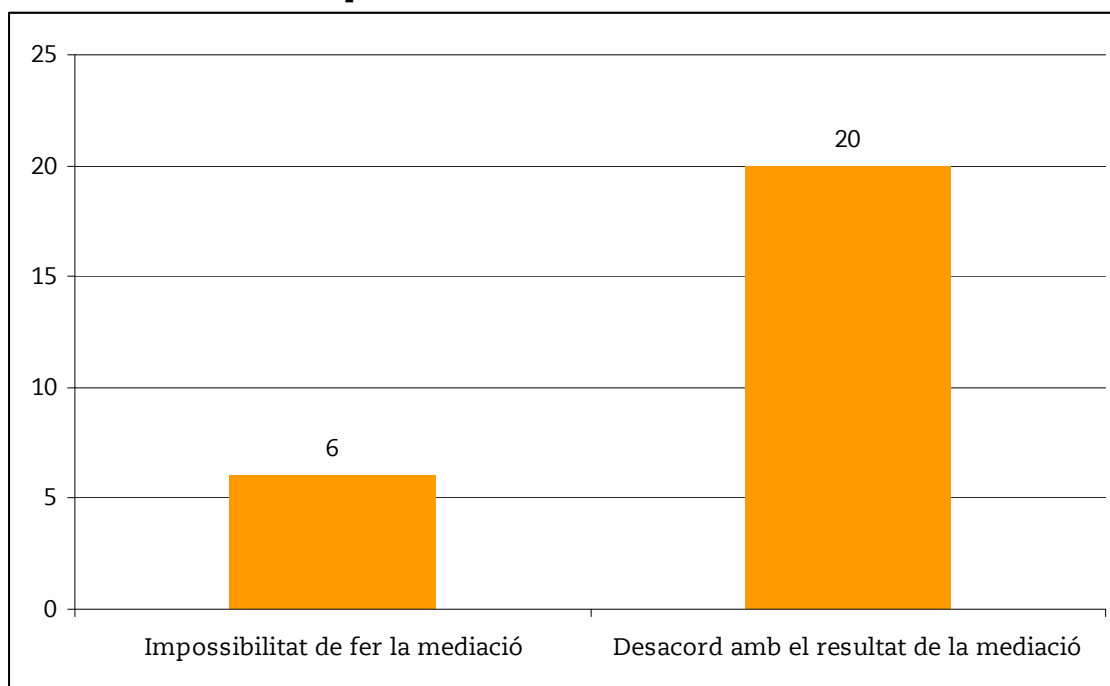
En particular, el fet que les OMIC i OCIC no tinguin els mateixos criteris d'admissibilitat de les reclamacions i que, en funció d'això, les OMIC puguin derivar la reclamació bé a l'OCIC, bé a l'Agència Catalana del Consum o bé a les juntes arbitral de consum; que les OCIC, al seu torn, puguin derivar-les a les OMIC i a la resta, i que la mateixa Agència Catalana del Consum pugui derivar també les reclamacions a àmbits territorials de menys població com les OCIC, produeix en l'usuari una certa sensació de confusió sobre l'abast competencial o de funcions que té cadascuna de les oficines.

Per tant, cal una certa definició i estructuració dels ens que conformen i protegeixen els drets dels usuaris i consumidors, sens perjudici de l'autonomia de les diverses administracions.

3.4.2. La mediació

L'apartat de mediació agrupa les queixes i les consultes plantejades quan les administracions en defensa dels consumidors utilitzen la mediació com a via per resoldre la reclamació.

Gràfic 8. Motius de les queixes sobre mediació



Font: elaboració pròpia

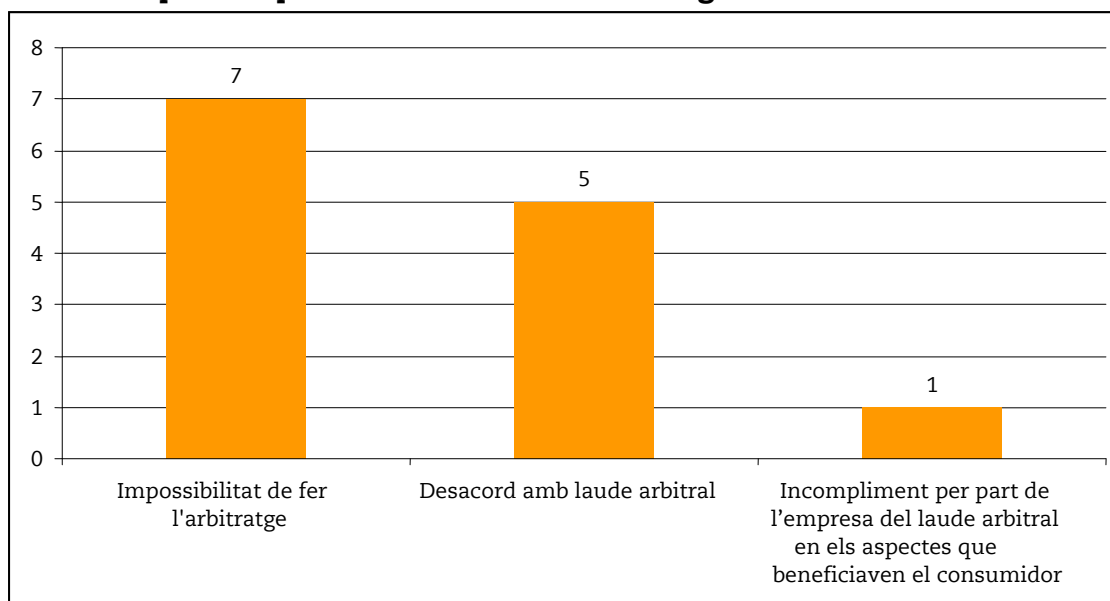
Les queixes en matèria de mediació se centren, fonamentalment, en el desacord amb la mediació que duu a terme l'administració de defensa dels consumidors (76,92%) i la impossibilitat de fer la mediació (23,08%).

Les actuacions de mediació que porten a terme molts organismes de consum tenen per finalitat facilitar un acord amistós entre el consumidor reclamant i l'establiment comercial o empresa objecte de reclamació, tal com detalla l'apartat 4.2.3.1 d'aquest informe.

3.4.3. Arbitratge

Aquest apartat, l'integren les queixes i les consultes relatives a l'arbitratge com a l'altre instrument de resolució de reclamacions.

Gràfic 9. Tipus de queixes en matèria d'arbitratge



Font: elaboració pròpia

Pel que fa a l'arbitratge, les queixes i les consultes es produeixen per la impossibilitat de fer-lo (53,85%), perquè o bé l'empresa no està adherida al sistema arbitral de consum, o bé no accepta l'arbitratge en el cas concret. En segon lloc, el desacord amb el laude arbitral (38,46%) i, en tercer lloc, l'incompliment per part de l'empresa del laude arbitral en els aspectes que beneficiaven el consumidor (7,69%).

Novament, la submissió a l'arbitratge té caràcter voluntari, la qual cosa dificulta l'eficàcia d'un sistema que hauria de ser una alternativa àgil al sistema judicial, especialment en els conflictes sobre consum en què l'escassa quantia econòmica de la pretensió desaconsella la interposició d'accions legals davant la jurisdicció ordinària.

En aquest sentit, cal assenyalar que el Síndic va suggerir a l'Administració de la Generalitat la possibilitat de regular un procediment administratiu previ a la reclamació judicial per mirar de resoldre aquestes qüestions sense la necessitat d'adreçar el ciutadà als tribunals.

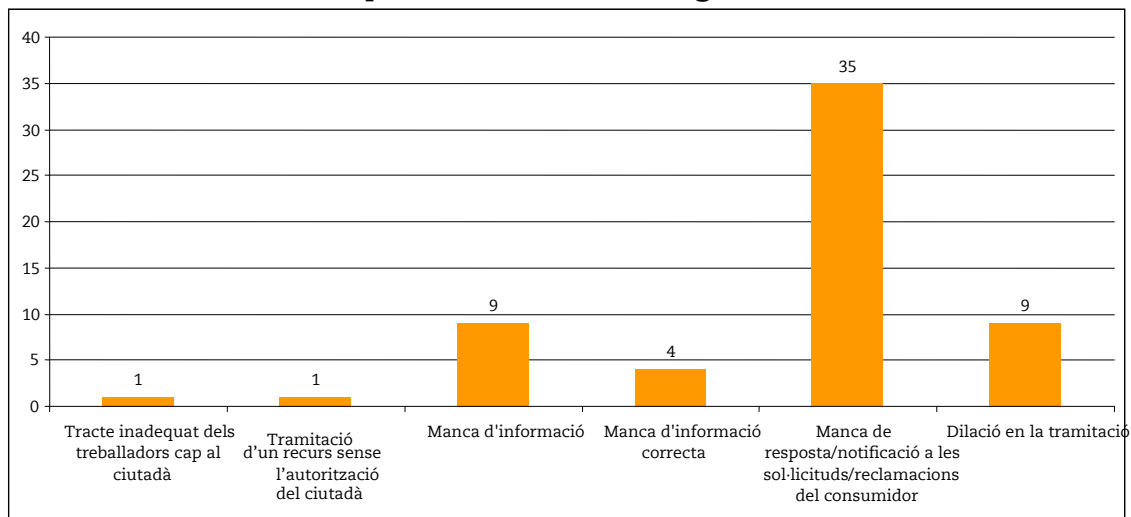
D'altra banda, pel que fa a la impossibilitat de fer l'arbitratge, el Síndic de Greuges, en reiterades ocasions, ha posat de manifest la necessitat de fomentar l'adhesió de les empreses, dels comerciants i dels prestadors de serveis en general al sistema arbitral per estendre l'aplicació d'aquesta via de resolució de conflictes alternativa a la via judicial.

Finalment, tot i que davant l'incompliment d'una de les parts del laude arbitral se'n pot demanar l'execució al jutjat de primera instància del lloc on s'hagi dictat, potser convindria que les administracions fessin un seguiment més acurat del compliment d'aquest laude.

3.4.4. Gestió

Aquest apartat inclou les queixes i les consultes derivades de la manca de comunicació i dels procediments seguits per les administracions en defensa dels consumidors per tramitar les reclamacions.

Gràfic 10. Motius de les queixes en matèria de gestió



Font: elaboració pròpia

En l'àmbit de gestió, el 59,32% de les sol·licituds d'intervenció del Síndic de Greuges se centra, fonamentalment, en els casos de manca de resposta o notificació de les consultes i reclamacions dels consumidors i usuaris, seguit del 15,25% de reclamacions per la manca d'informació i la dilació en la tramitació dels expedients. En aquest darrer cas, és destacable la queixa d'un consumidor perquè la junta arbitral corresponent li va indicar que havia d'esperar que deu persones es trobessin en una situació semblant per celebrar la vista.

En darrer terme, s'han produït queixes per la manca d'informació correcta d'aquests ens públics, especialment pel que fa als terminis per poder reclamar.

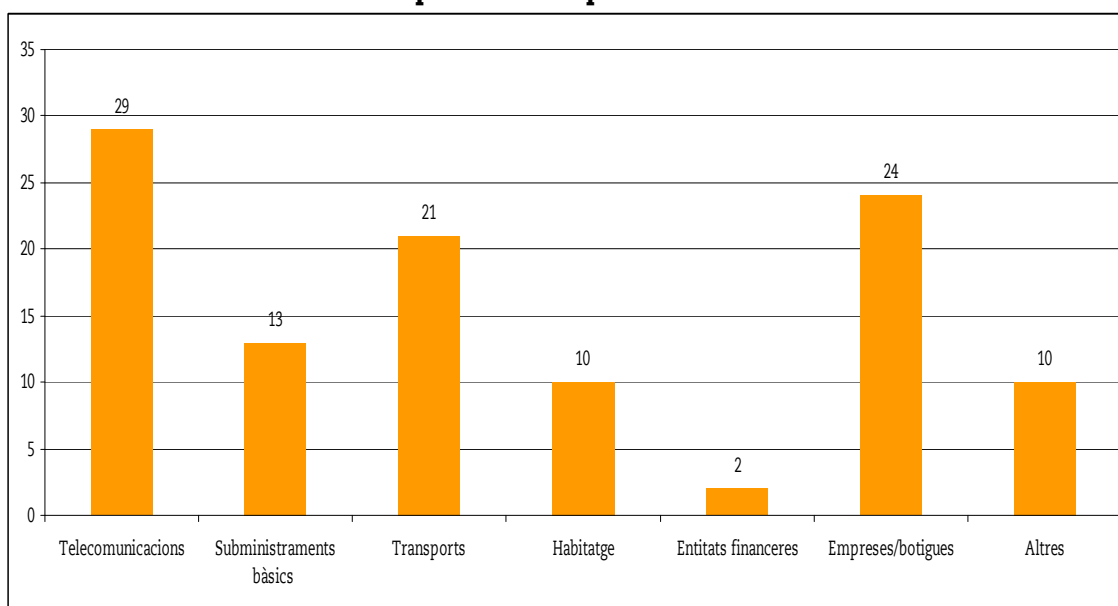
El fet que la mediació que es duu a terme amb les empreses objecte de reclamació no tingui un procediment reglat i, per tant, depengui no solament de l'empresa sinó també de l'esforç i la insistència del personal d'aquests ens públics per poder aconseguir que les empreses siguin receptives a iniciar aquest tipus de procediments, fa que no sempre es pugui donar una resposta a l'usuari o consumidor en el temps que ho requereix.

Ara bé, precisament pel fet que les reclamacions que es presenten davant les administracions en defensa dels consumidors no sempre poden finalitzar (en el sentit de tenir una mediació o arbitratge), l'atenció i la comunicació a l'usuari han de ser uns dels objectius claus del personal d'aquestes oficines.

3.4.5. Els sectors sobre els quals s'han presentat reclamacions que han donat lloc a una queixa al Síndic de Greuges

Els sectors sobre els quals s'han presentat reclamacions a les administracions en defensa dels consumidors que han donat lloc a una queixa posterior al Síndic de Greuges són, en primer lloc, i coincidint amb els resultats de l'enquesta tramesa a les OMIC i les OCIC, el sector de telecomunicacions, amb 29 casos (el 72,7% de queixes per telefonia i el 27,3% per internet).

Gràfic 11. Sectors sobre els quals s'han presentat reclamacions



Font: elaboració pròpia

En segon lloc, hi ha les empreses i botigues, especialment pel que fa a les garanties dels productes. En tercer lloc, amb 21 casos, els transports (88,9% per les reclamacions contra les companyies aèries) i, finalment, els subministraments bàsics (el 76,9% pel gas i el 23,08% per l'electricitat). En una proporció més baixa es produeixen reclamacions en relació amb entitats financeres o amb l'habitatge.

Taula 5. Sectors sobre els quals s'han presentat reclamacions en funció del tipus d'intervenció del Síndic

	Consulta	Queixa	Total
Telecomunicacions	88,10%	11,90%	100%
Subministraments bàsics	65,22%	34,78%	100%
Transports	76,67%	23,33%	100%
Habitatge	62,5%	37,5%	100%
Entitats financeres	75%	25%	100%
Empreses/botigues	80,70%	19,30%	100%
Altres	67,74%	32,26%	100%
Total	78,84%	21,16%	100%

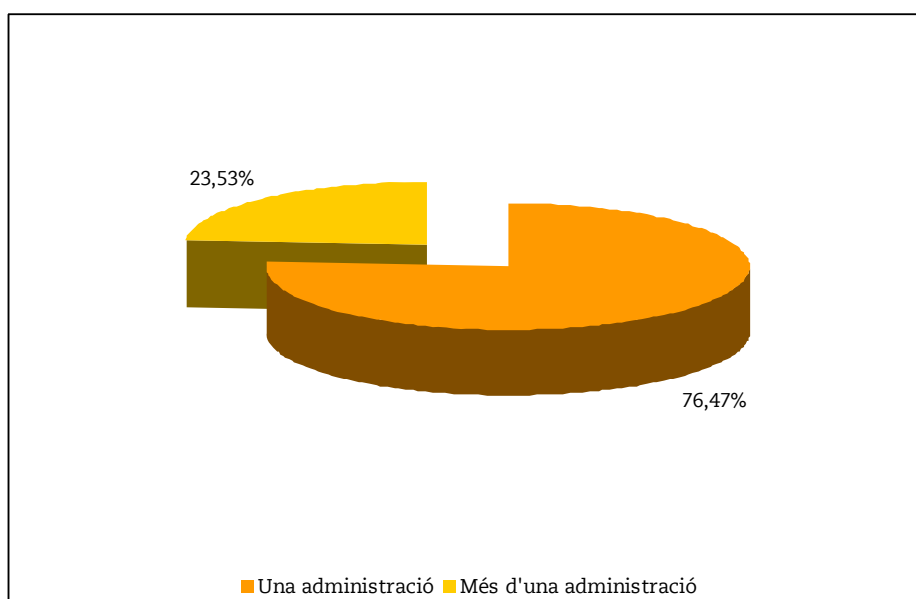
Font: elaboració pròpia

3.5. Les administracions afectades per les queixes

Com ja hem assenyalat anteriorment, la indefinició de funcions i competències de les diverses administracions en defensa dels consumidors fa que en molts casos hi pugui o hi hagi d'intervenir més d'un organisme de consum, ja sigui l'OMIC o l'OCIC corresponent, l'Agència Catalana del Consum o alguna de les juntes arbitrals.

En el 23,53% de les queixes presentades al Síndic, hi ha intervingut més d'una administració en defensa dels consumidors, la qual cosa fa pensar que són necessàries la col·laboració i la coordinació entre les administracions en defensa dels consumidors.

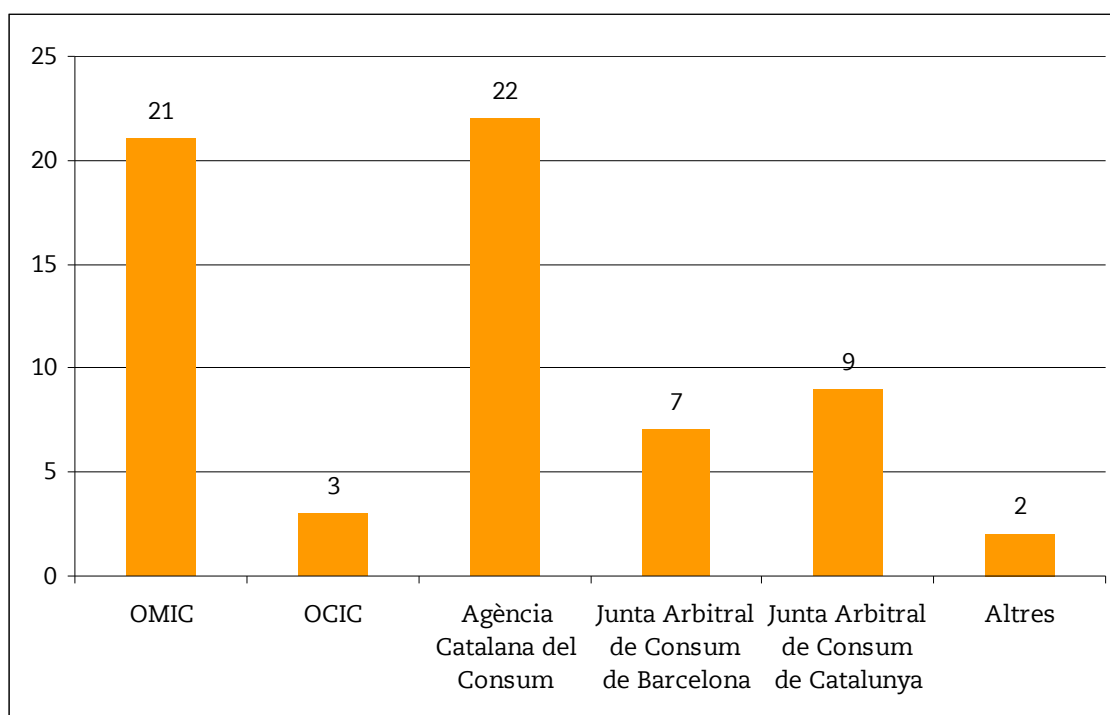
Gràfic 12. Percentatge d'administracions en defensa dels consumidors afectades



Font: elaboració pròpia

D'aquest 23,53%, un 66,67% dels casos, la intervenció s'ha produït entre una OMIC o una OCIC i l'Agència Catalana del Consum o la Junta Arbitral de Consum de Catalunya, mentre que en el 25% dels casos s'ha produït entre l'Agència Catalana del Consum i la Junta Arbitral del Consum i, finalment, en un 8,33% dels casos la intervenció s'ha dut a terme amb una OMIC i una OCIC.

Gràfic 13. Distribució de les queixes per tipus d'administració en defensa dels consumidors



Font: elaboració pròpia

Pel que fa a la distribució de queixes pel tipus d'administració en defensa dels consumidors que hi ha intervingut, les actuacions de l'Agència Catalana del Consum han rebut 22 queixes, seguides de les OMIC, amb 21 queixes, i de la Junta Arbitral del Consum de Catalunya, amb 9 queixes. Les OCIC, en canvi, han rebut molt poques queixes dels consumidors. Això es pot deure fet que no és tan coneguda l'existència d'oficines comarcals d'informació als consumidors, independentment del volum de reclamacions que tramitin i del grau d'acord dels usuaris amb la seva tasca. Finalment, cal destacar que com a Altres hi figura una queixa tramesa a l'Administració estatal i una altra a la regidoria de consum d'un ajuntament. La taula 7 presenta la distribució del nombre de queixes a les OCIC i les OMIC.

Taula 7. Distribució de les queixes presentades a les OMIC i les OCIC

OCIC Baix Camp	1
OCIC Baix Penedès	1
OCIC Montsià	1
OMIC Barcelona	9
OMIC Granollers	2
OMIC l'Hospitalet de Llobregat	2
OMIC Martorell	1
OMIC Mataró	2
OMIC Montcada i Reixac	1
OMIC Reus	1
OMIC Santa Coloma de Gramenet	1

OMIC Sitges	1
OMIC Viladecans	1
TOTAL	24

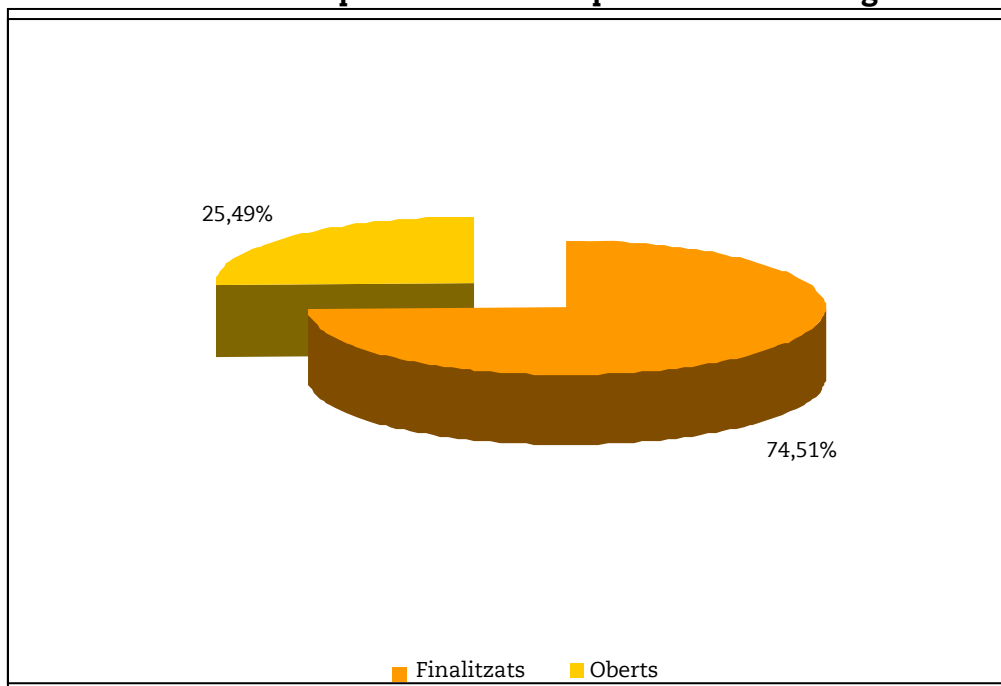
Font: elaboració pròpia

Com mostra la taula, les OMIC que més queixes han rebut en relació amb la seva activitat han estat l'OMIC de Barcelona, l'OMIC de l'Hospitalet de Llobregat, l'OMIC de Mataró i l'OMIC de Granollers.

3.6. Les resolucions del Síndic

Del conjunt de queixes iniciades pel Síndic, un 74,51% s'han finalitzat mentre que el 25,49% encara està en tramitació. D'aquest 74,51%, el 18,42% s'ha rebutjat per alguna de les causes que estableix la Llei 14/1984, de 20 de març, del Síndic de Greuges, ja sigui per fet jutjat o pendent de resolució judicial, o bé per l'anonimat de la queixa.

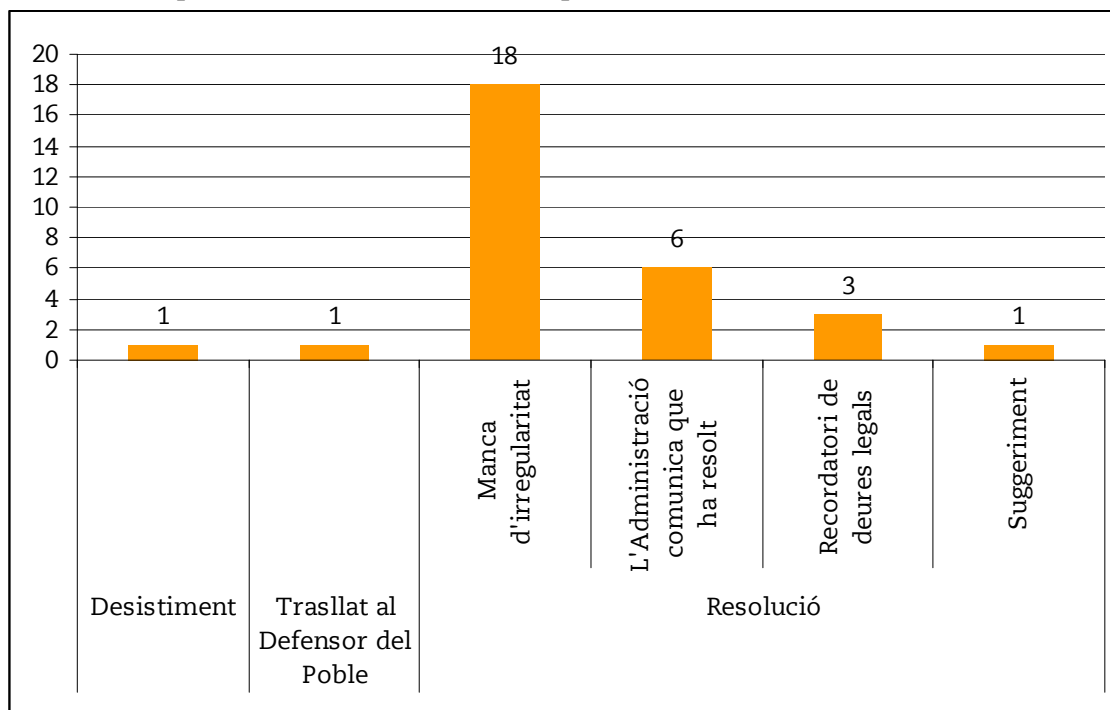
Gràfic 14. Estat dels expedients iniciats pel Síndic de Greuges



Font: elaboració pròpia

Tal com reflecteix el gràfic 15, la majoria de les queixes presentades al Síndic de Greuges han finalitzat sense que s'hi hagi detectat cap irregularitat, d'acord amb el principi de legalitat. De fet, tot i que el malestar del ciutadà per la manca de resolució de la seva reclamació és comprensible, això no vol dir que l'actuació de les administracions en defensa dels consumidors hagi estat incorrecta, sinó que la mediació i l'arbitratge requereixen la voluntat d'ambdues parts (empresa objecte de reclamació i consumidor) per arribar a un acord, i per un consumidor que es considera enganyat no resulta fàcil acceptar que l'altra part no accepta la mediació.

Gràfic 15. Tipus de finalització de les queixes en matèria de consum



Font: elaboració pròpia

En segon lloc, hi ha els casos en què l'Administració ha pres mesures per resoldre el problema, que es produeix bàsicament davant la manca de resposta o notificació de l'estat de la reclamació que es presenta.

En tercer lloc, hi ha intervencions en què ha calgut que el Síndic recordi als ens públics el deure legal de donar resposta al consumidor davant d'una reclamació o consulta.

Finalment, el Síndic va fer un suggeriment, que no fou acceptat per la Junta Arbitral del Consum de Barcelona, en què recordava, d'acord amb el Reial decret 636/1993, de 3 de maig, pel qual es regula el sistema arbitral de consum, que un laude dictat per aquesta Junta havia d'expressar com a mínim la decisió sobre cadascun dels punts controvertits, de manera raonada i justificada, perquè les parts poguessin conèixer quins eren els elements i criteris que el tribunal havia tingut en compte per prendre la decisió que resolva la controvèrsia objecte de l'arbitratge.

4. Anàlisi dels resultats de l'enquesta tramesa a les OMIC i OCIC de Catalunya

L'enquesta tramesa a les OMIC i OCIC tenia com a finalitat conèixer-ne les opinions i percepcions sobre la seva realitat, alhora que ens permetia contrastar si l'anàlisi de situació a partir de les queixes rebudes era real.

4.1. Metodologia

El qüestionari sobre les OMIC i les OCIC és una primera aproximació a la realitat en què es troben aquestes oficines, quant a les seves funcions, però també quant a la capacitat per poder donar resposta a la ciutadania, com a consumidors i usuaris.

Per fer aquesta primera aproximació s'ha utilitzat un model d'enquesta que divideix l'anàlisi en dos vessants principals: l'operativitat de les oficines (funcions i resultats) i el suport que reben per poder acomplir la seva tasca (recursos humans, recursos econòmics i suport d'ens supramunicipals). L'enquesta es recull en l'annex 2.

El període de realització del qüestionari es va iniciar el mes d'agost de 2007 i va finalitzar el mes de desembre del mateix any. El qüestionari fou enviat a totes les OMIC i OCIC que constaven a la pàgina web de l'Agència Catalana del Consum de la Generalitat de Catalunya l'1 d'agost de 2007. Amb tot, cal assenyalar que hi ha dues OMIC que constaven a la pàgina web i que utilitzaven el servei d'oficina mòbil de la Diputació de Barcelona (en concret, l'Ajuntament de Torelló i l'Ajuntament de Vilanova del Camí). La taula 7 mostra la relació dels consells comarcals i els ajuntaments als quals es va enviar el qüestionari.

Taula 7. OMIC i OCIC a les quals es va enviar el qüestionari elaborat pel Síndic de Greuges

Oficines municipals d'informació al consumidor

Badalona	Barberà del Vallès
Barcelona	Blanes
Caldes de Montbui	Cambrils
Castell-Platja d'Aro	Castellar del Vallès
Castelldefels	Cerdanyola del Vallès
Cornellà de Llobregat	Cubelles
Deltebre	Esplugues de Llobregat
Gavà	Girona
Gironella	Granollers
Hospitalet de Llobregat	Llagosta
Lleida	Lloret de Mar
Martorell	Masnou
Masquefa	Mataró
Mollet del Vallès	Montcada i Reixac
Montmeló	Olesa de Montserrat
Olot	Palamós
Palau-Solità i Plegamans	Parets del Vallès
Prat de Llobregat	Premià de Dalt
Premià de Mar	Reus
Ripollet	Riudellots de la Selva
Roca del Vallès	Roquetes
Rubí	Sabadell
Salou	Salt
Sant Adrià de Besòs	Sant Andreu de la Barca

Sant Boi de Llobregat	Sant Celoni
Sant Cugat del Vallès	Sant Feliu de Guíxols
Sant Feliu de Llobregat	Sant Joan Despí
Sant Joan les Fonts	Sant Just Desvern
Sant Pere de Ribes	Sant Sadurní d'Anoia
Sant Vicenç dels Horts	Santa Coloma de Gramenet
Santa Perpètua de Mogoda	Selva del Camp
Sitges	Tarragona
Terrassa	Tordera
Torelló	Valls
Vic	Viladecans
Vilafranca del Penedès	Vilanova del Camí
Vilanova i la Geltrú	Vilassar de Mar

Oficines comarcals d'informació al consumidor

Alt Camp	Alt Empordà
Alt Penedès	Alt Urgell
Alta Ribagorça	Anoia
Bages	Baix Camp
Baix Ebre	Baix Empordà
Baix Llobregat	Berguedà
Cerdanya	Conca de Barberà
Garrotxa	Montsià
Osona	Pallars Jussà
Pallars Sobirà	Pla d'Urgell
Pla de l'Estany	Priorat
Ribera d'Ebre	Ripollès
Segarra	Segrià
Selva	Solsonès
Terra Alta	Urgell
Vall d'Aran	

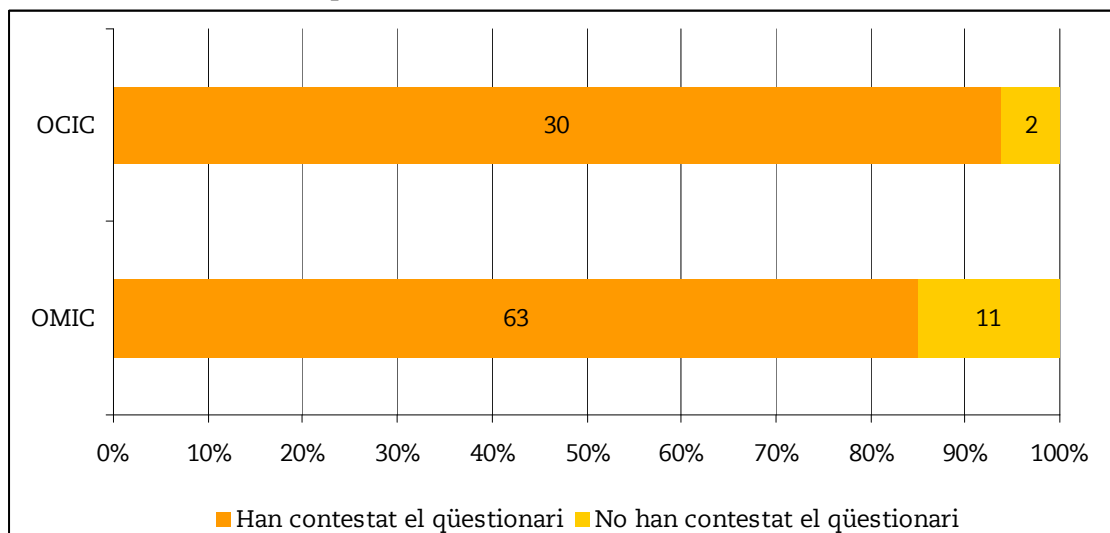
Taula 8. Tipus de personal que ha contestat el qüestionari

	OMIC	OCIC	Total
Regidor/a	4	0	4
Cap de servei/ responsable	42	16	58
Personal tècnic	10	12	22
Personal administratiu	7	2	9
Total	63	30	93

Font: elaboració pròpia

El nivell de resposta ha estat molt elevat tant en el cas de les oficines municipals d'informació al consumidor (85,14%) com en el cas de les oficines comarcals d'informació al consumidor (93,75%).

Gràfic 16. Nivell de resposta de les OMIC i OCIC



Font: elaboració pròpia

En el cas de les oficines municipals d'informació al consumidor, el nivell de resposta més elevat s'ha produït en municipis de més de 50.000 habitants (95,45%), i el més baix en municipis d'entre 5.001 i 20.000 habitants.

Taula 9. Nivell de resposta d'OMIC per nombre d'habitants

	Han contestat el qüestionari	No han contestat el qüestionari	Total	Nivell de resposta (%)
Menys de 5.000	2	1	3	66,67
Entre 5.001 i 20.000	13	7	20	65,00
Entre 20.001 i 50.000	27	2	29	93,10
Més de 50.000	21	1	22	95,45
Total general	63	11	74	85,14

Font: elaboració pròpia

Taula 10. Nivell de resposta d'OMIC per províncies

	Han contestat el qüestionari	No han contestat el qüestionari	Total	Nivell de resposta (%)
Barcelona	48	7	55	87,27
Girona	7	3	10	70
Lleida	1	0	1	100
Tarragona	7	1	8	87,5
Total general	63	11	74	85,14

Font: elaboració pròpia

A escala territorial, cal assenyalar el nombre més baix d'oficines d'oficines municipals d'informació al consumidor de les províncies de Lleida, Tarragona i Girona en comparació amb Barcelona.

Finalment, cal assenyalar que s'han exclòs dels resultats, a més dels municipis en què la Diputació de Barcelona dona assistència a les consultes i les reclamacions mitjançant les oficines mòbils, les oficines en què la data de creació és de l'any 2007 (dos casos), atès que encara són en una fase molt incipient per extreure'n els resultats de la gestió.

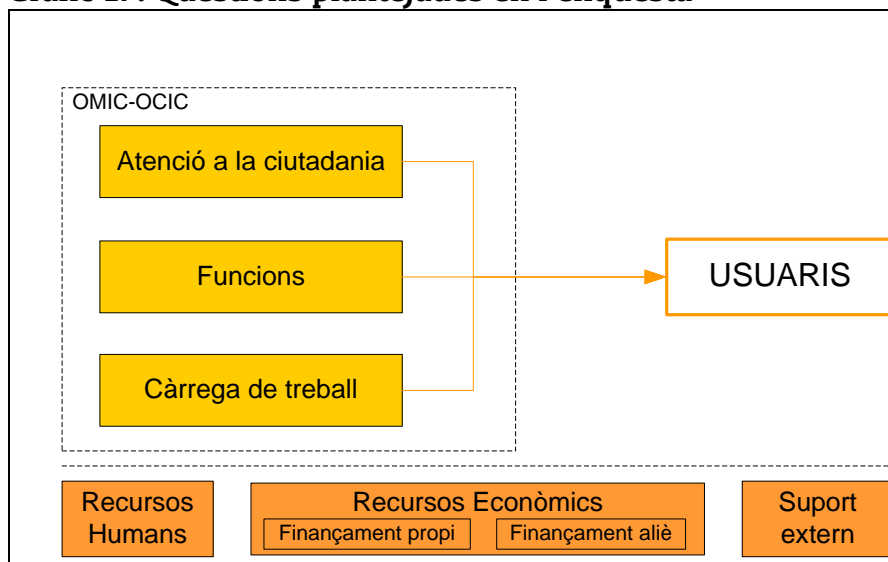
4.2. Resultats més significatius

El gràfic que apareix a continuació reflecteix, de manera esquemàtica, el conjunt d'informació sol·licitat a les OMIC i les OCIC, a partir de la qual s'estructura l'anàlisi de les dades obtingudes sobre la base de dos vessants diferenciats.

En primer lloc, hi ha el vessant de l'operativitat del servei de consum, en el qual hem tingut en compte l'estructura i la configuració pròpies del servei, les funcions que l'oficina de consum compleix i, en general, la càrrega de treball que té. Es tracta, doncs, d'una anàlisi de les oficines de consum, tenint en compte el seu funcionament i configuració.

En segon lloc, hi ha un segon vessant, que té a veure amb els mitjans que requereix l'oficina de consum per poder complir les funcions que li són pròpies en condicions adequades. D'acord amb això hem analitzat la suficiència i l'adequació dels recursos humans i materials de què disposen aquests serveis per prestar el servei, el finançament propi que tenen i també el suport extern que reben d'altres administracions públiques.

Gràfic 17. Qüestions plantejades en l'enquesta



Font: elaboració pròpia

4.2.1. Creació i configuració legal de les oficines d'informació al consumidor

L'article 123 de l'Estatut d'autonomia de Catalunya reconeix a la Generalitat de Catalunya la competència exclusiva en matèria de consum, i concreta que, com a mínim, ha d'incloure:

- “La defensa dels drets dels consumidors i usuaris, proclamats per l'article 28, i l'establiment i l'aplicació dels procediments administratius de queixa i reclamació.
- La consulta i el foment de les associacions dels consumidors i els usuaris i llur participació en els procediments i afers que les afectin.
- La regulació dels òrgans i els procediments de mediació en matèria de consum.
- La formació i l'educació en el consum.
- La regulació de la informació en matèria de consum i usuaris.”

Així mateix, l'article 11 de la Llei 3/1993, de 5 de març, de l'estatut del consumidor, que regula les oficines públiques d'informació, estableix que la Generalitat de Catalunya ha de propiciar la creació d'oficines d'informació al consumidor als consells comarcals i als ajuntaments, alhora que determina quines han de ser-ne les finalitats.

Si analitzem la normativa de règim local, veiem que l'article 66.3.g del Decret legislatiu 2/2003, pel qual s'aprova el Text refós de la Llei municipal i de règim local de Catalunya, atribueix al municipi competències en matèria de defensa dels usuaris i dels consumidors, per bé que aquest servei no està configurat legalment com un servei mínim de prestació obligada per part del municipi.

Així doncs, la creació d'una oficina d'informació al consumidor per part d'un municipi i, en definitiva, la prestació del servei de consum des de l'àmbit local, té caràcter voluntari, de manera que no tots els municipis d'arreu de Catalunya disposen d'aquest servei, sinó que només 72 municipis catalans disposen d'una OMIC pròpia (un 7'6% del total de municipis de Catalunya).

A Catalunya també hi ha 32 oficines comarcals d'informació al consumidor, 19 de les quals tenen competències delegades per la Generalitat de Catalunya en matèria de resolució de conflictes de consum, tasques inspectores i campanyes de control, d'acord amb el que estableix el Decret legislatiu 2/2003, de 28 d'abril, pel qual s'aprova el Text refós de la Llei municipal i de règim local de Catalunya i el Decret legislatiu 4/2003, de 4 de novembre, pel qual s'aprova el Text refós de la Llei d'organització comarcal de Catalunya sobre delegació de competències als ens locals.

Així mateix, el Consell General d'Aran té transferides determinades competències en matèria de defensa dels consumidors i usuaris per la Generalitat de Catalunya, d'acord amb el que estableix el Decret 45/2005, de 22 de març.

Essent aquest el marc legal, en la realització de l'enquesta hem constatat, en primer lloc, una certa confusió i indeterminació de les OMIC enquestades respecte de la data de creació i de posada en funcionament de l'oficina de consum.

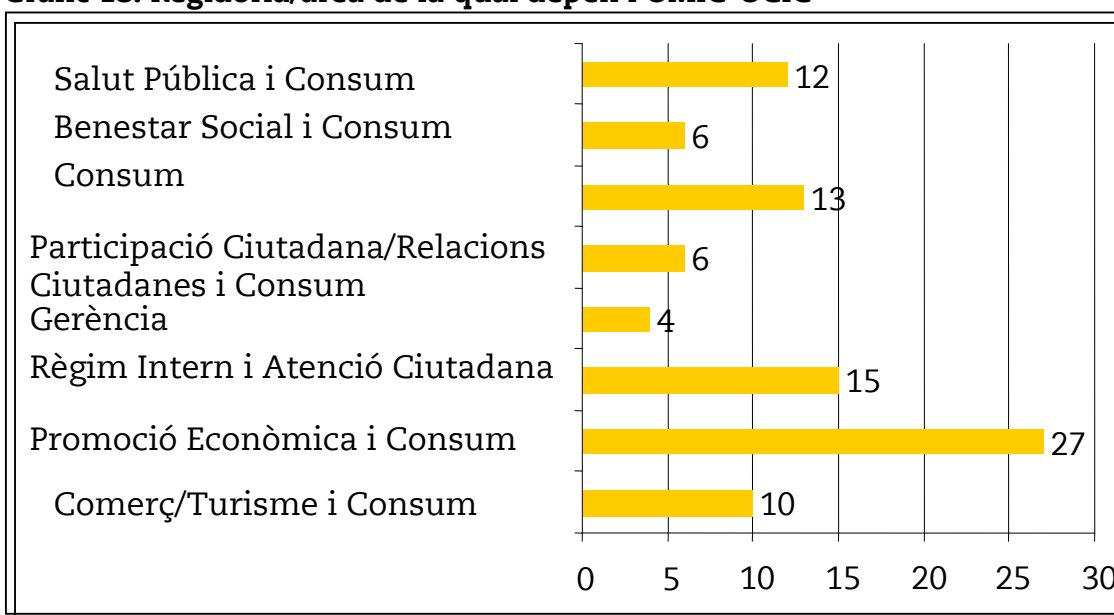
Això és així perquè en molts municipis no hi ha hagut una voluntat municipal expressa de crear i posar en funcionament un servei de consum mitjançant l'acord corresponent de creació del servei com a servei públic, sinó que en molts casos el servei de consum s'ha creat de manera espontània, integrat en

altres serveis o dependent(salut pública, comerç, etc.), sense que hi hagi una reglamentació que en determini el funcionament.

De fet, de l'enquesta, se'n desprèn que encara avui el servei de consum en la majoria de casos està integrat dins d'àrees i regidories molt diverses dins la mateixa organització local o comarcal, segons reflecteixen els gràfics que apareixen tot seguit.

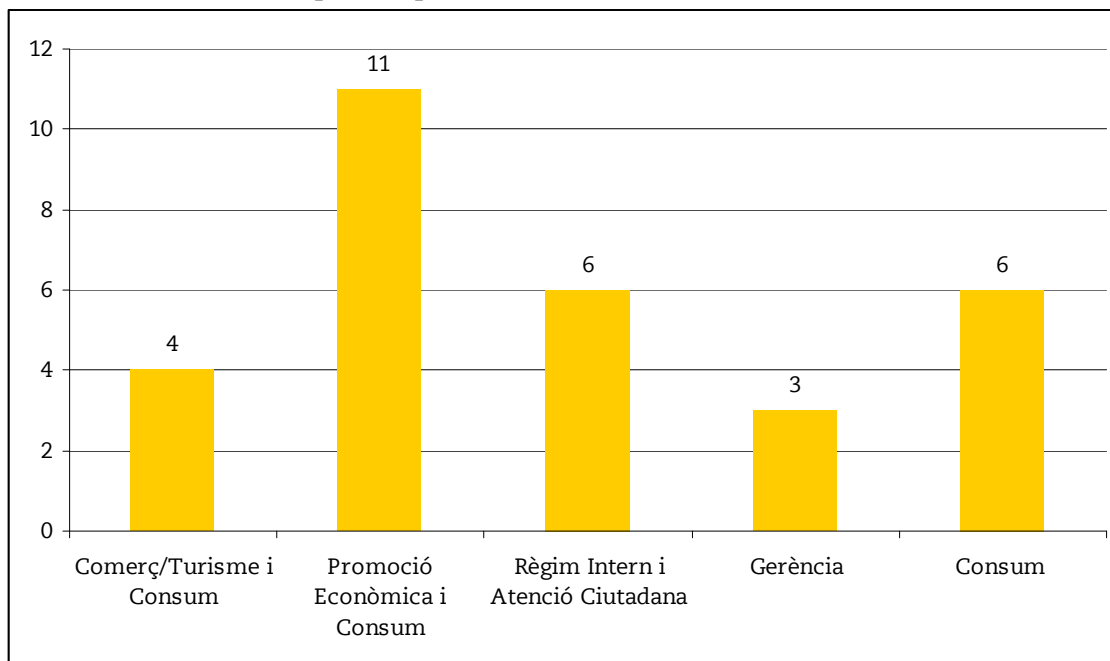
Només en 13 casos, 6 dels quals corresponen a consells comarcals i 7 a ajuntaments, hi trobem una regidoria/àrea pròpia de consum en la qual s'integra l'oficina d'informació al consumidor de manera independent i diferenciada d'altres serveis que pugui prestar també el consell comarcal o l'ajuntament. Això no obstant, val a dir que la qualitat en la prestació del servei i l'assoliment o no de resultats no depèn en cada cas de l'organigrama municipal, malgrat que la creació d'una àrea específica de consum pugui ser indicador de la bona voluntat política de donar importància al tractament dels drets del consumidor.

Gràfic 18. Regidoria/àrea de la qual depèn l'OMIC-OCIC



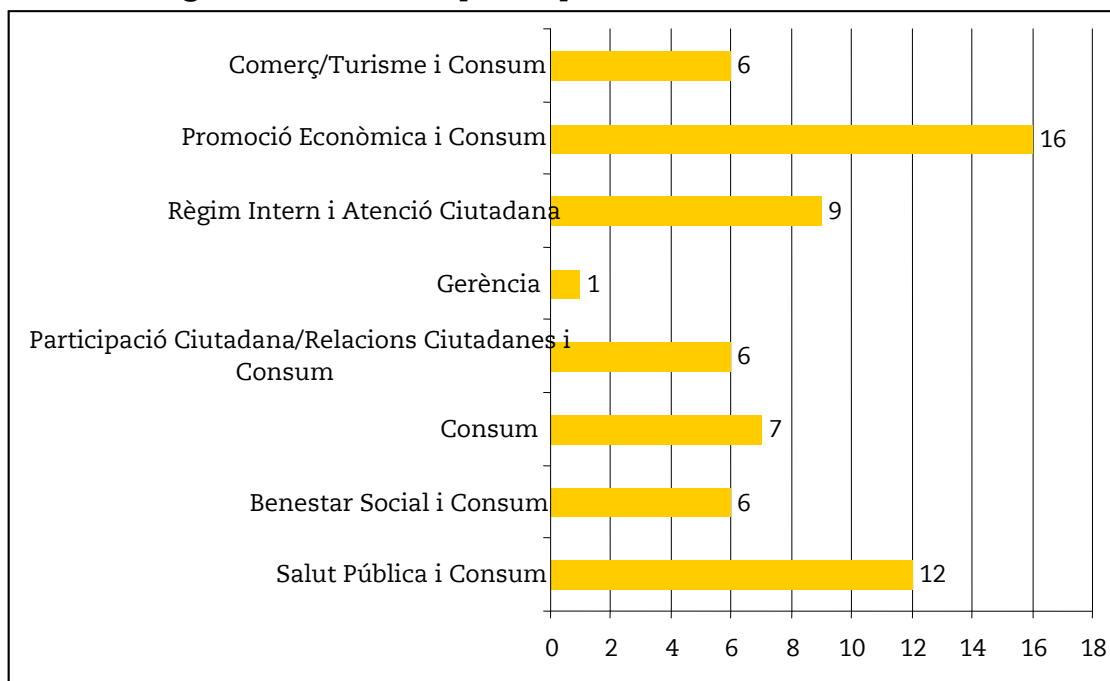
Font: elaboració pròpia

Gràfic 19. Àrea de la qual depèn l'OCIC



Font: elaboració pròpia

Gràfic 20. Regidoria/àrea de la qual depèn l'OMIC

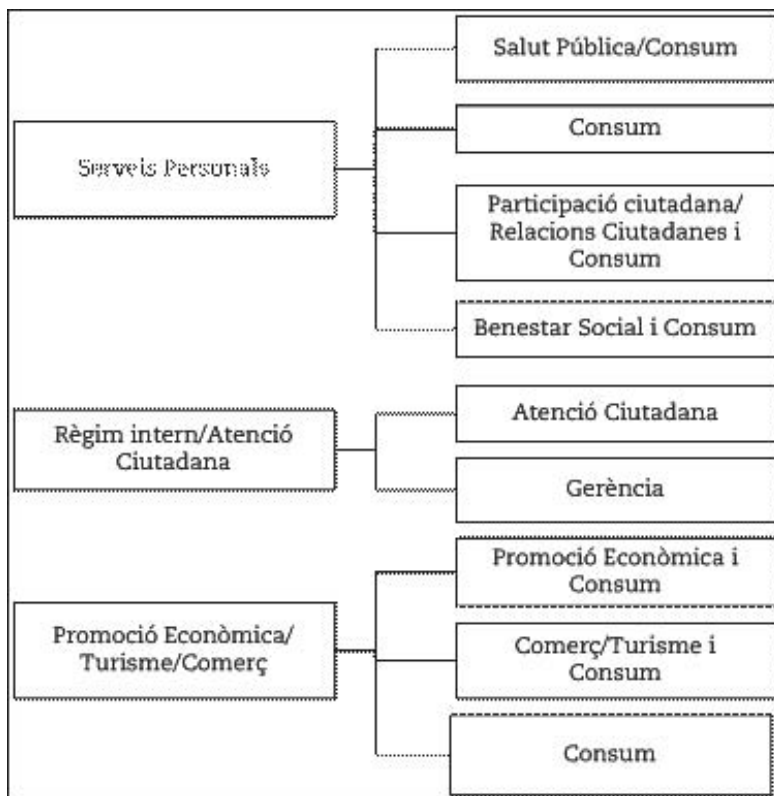


Font: elaboració pròpia

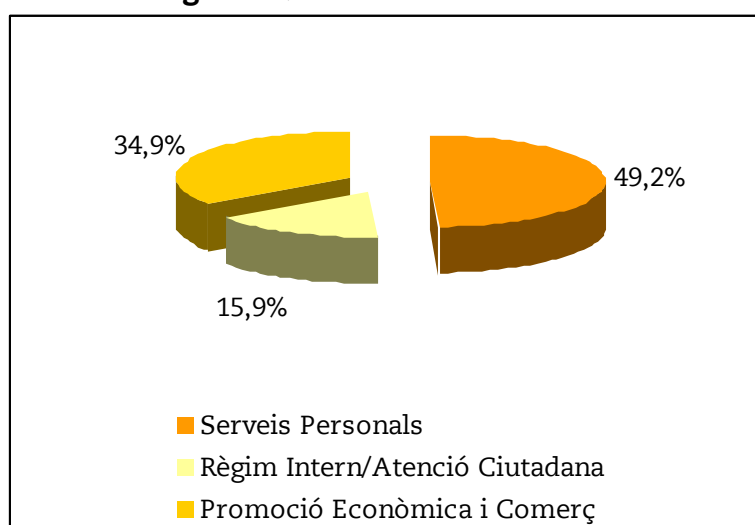
Entenem que aquestes dades són fruit d'una concepció, actualment pràcticament superada, d'acord amb la qual el servei de consum s'entenia com un servei secundari o menys important dins l'organització municipal o comarcal, que apareixia sense identitat pròpia i vinculat a la prestació d'altres serveis connexes o relacionats.

Si analitzem els gràfics, veiem que en el cas dels consells comarcals, en la meitat dels casos, el servei de consum està integrat (50%) a l'àrea de promoció econòmica/turisme/comerç, mentre que els serveis de consum municipals, els trobem vinculats majoritàriament (49'2%) a l'àrea de serveis personals.

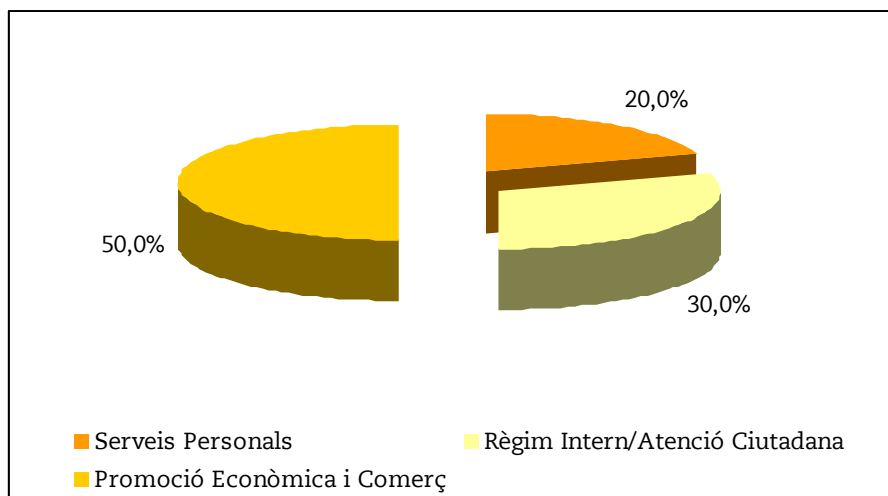
Gràfic 21. Estructura orgànica



Gràfic 22. Regidoria/àrea en el cas de les OMIC



Gràfic 23. Àrea en el cas de les OCIC



És evident que l'àmbit del consum és, per la seva naturalesa, un àmbit que està directament relacionat amb matèries molt diverses, com ara la salut, el turisme, el comerç, l'educació, el medi ambient o la participació ciutadana, entre d'altres. Així doncs, no és estrany que segons l'administració concreta de què es tracti trobem el servei de consum integrat en una àrea/regidoria o en una altra, sense que es pugui afirmar, de manera taxativa, que els serveis de consum hagin de dependre necessàriament d'una àrea o d'una regidoria determinada.

En qualsevol cas, entenem que el servei de consum, ja sigui municipal o comarcal, ha de tenir identitat pròpia. És a dir, cal un acte formal de constitució del servei de consum com a servei públic, i cal que aquest estigui degudament definit i dotat dels recursos econòmics i personals necessaris per accomplir les tasques que li hagin estat atribuïdes.

Respecte d'això, hem de recordar també que l'article 247 del Decret legislatiu 2/2003, de 28 d'abril, pel qual s'aprova el Text refós de la Llei municipal i de règim local de Catalunya estableix que els ens locals han d'acordar de manera expressa la creació del servei públic local i, si s'escau, regular-lo per reglament abans de començar a prestar-lo.

D'altra banda, i partint de la base que actualment la creació del servei de consum local o comarcal no constitueix un servei públic de prestació obligada per part dels municipis i consells comarcals, cal que el legislador es plantegi si cal i és oportuna una reforma legislativa amb la finalitat de determinar-ne l'obligatorietat en determinats casos, des del respecte envers l'autonomia municipal i garantint la suficiència financera si s'opta per establir-ne l'obligatorietat.

Aquesta institució considera que qualsevol iniciativa que tingui com a objectiu potenciar la creació de serveis de consum locals i comarcals arreu del territori de Catalunya, i mantenir els serveis de consum ja existents tot garantint el principi de proximitat al ciutadà s'ha de valorar positivament. Tot

i així, també cal tenir en compte que qualsevol atribució de competències ha d'anar lligada a la disponibilitat dels recursos necessaris per prestar el servei o, en cas contrari, s'ha de preveure l'adopció dels mecanismes de col·laboració entre administracions públiques que calguin per garantir una prestació adequada del servei de consum.

Finalment, volem apuntar també la possibilitat, ja existent en altres comunitats autònomes, com ara el País Basc, Múrcia i Castella-la Manxa, de crear un registre únic, de caràcter públic i gratuït, que podria gestionar el Govern de la Generalitat de Catalunya, en el qual estiguessin inscrites totes les oficines públiques d'informació al consumidor que hi ha arreu de Catalunya. Caldria preveure, però, la necessitat d'acreditar el compliment d'una sèrie de requisits mínims, quant a organització, funcionament i estàndards de qualitat, com a pas previ i necessari perquè l'oficina de consum s'hi pogués inscriure.

La creació d'aquest registre serviria per garantir una actuació més coordinada i integral de les administracions amb competències en matèria de consum i una certa homogeneïtat en la prestació de les funcions de consum envers el ciutadà, el qual hauria de tenir reconegut el dret a accedir a la informació que contingués aquest registre.

4.2.2. Atenció al ciutadà

Tal com analitzarem de manera més detallada més endavant, una de les funcions principals que tenen encomanades les oficines de consum de titularitat pública és informar els consumidors sobre l'exercici dels seus drets, o el que és el mateix, l'atenció del ciutadà com a consumidor i usuari.

És evident que perquè els ajuntaments i consells comarcals puguin dur a terme aquesta tasca d'informació al ciutadà en condicions adequades, cal que disposin d'una sèrie d'elements que garanteixin l'accessibilitat del ciutadà al servei de consum.

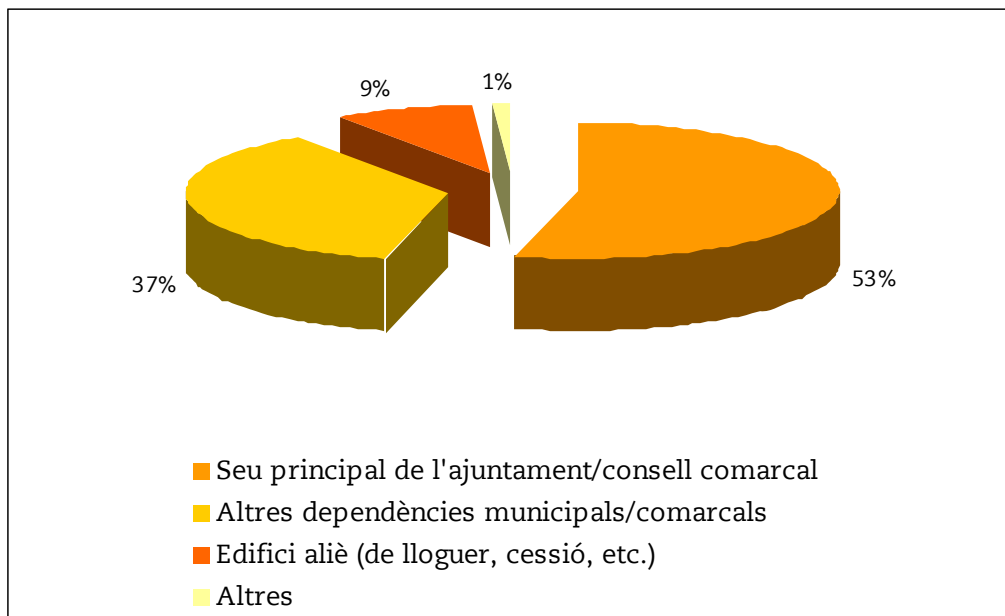
Com no podria ser d'altra manera, les OMIC i OCIC necessiten disposar d'un espai físic, d'unes instal·lacions adequades, accessibles i degudament senyalitzades que garanteixin el principi de proximitat del servei públic al ciutadà, que, en matèria de consum, té una importància cabdal per la funció preventiva que poden portar a terme les OMIC i les OCIC a l'hora d'evitar conflictes futurs en matèria de consum si aconseguen que els ciutadans estiguin degudament informats sobre els seus drets com a consumidors i usuaris, i sobre els mecanismes de què disposen per fer-los valer (com més visibles i accessibles: més fàcil). A tall d'exemple, és evident que un ciutadà que conegui el dret que té de demanar un pressupost previ i detallat abans de contractar determinats serveis no formularà una queixa/reclamació posteriorment perquè considera que el preu que li han cobrat pel servei és excessiu, atès que prèviament haurà decidit lliurement si accepta o no el pressupost i, en conseqüència, si està d'acord amb la contractació del servei en les condicions que detalla el pressupost.

En els gràfics següents podem observar que els serveis de consum comarcals i municipals es troben, en la majoria dels casos (53%), a la seu principal del consell comarcal o de l'ajuntament. També són força nombrosos (37%) els

serveis de consum que s'ubiquen en altres dependències comarcals o municipals diferents de la seu principal.

Només en un 10% dels casos el servei de consum és en un edifici aliè; fins i tot trobem el cas puntual d'un ajuntament que prestava el servei a la seu d'una cooperativa amb la qual havia signat un conveni per garantir la prestació del servei de consum al municipi.

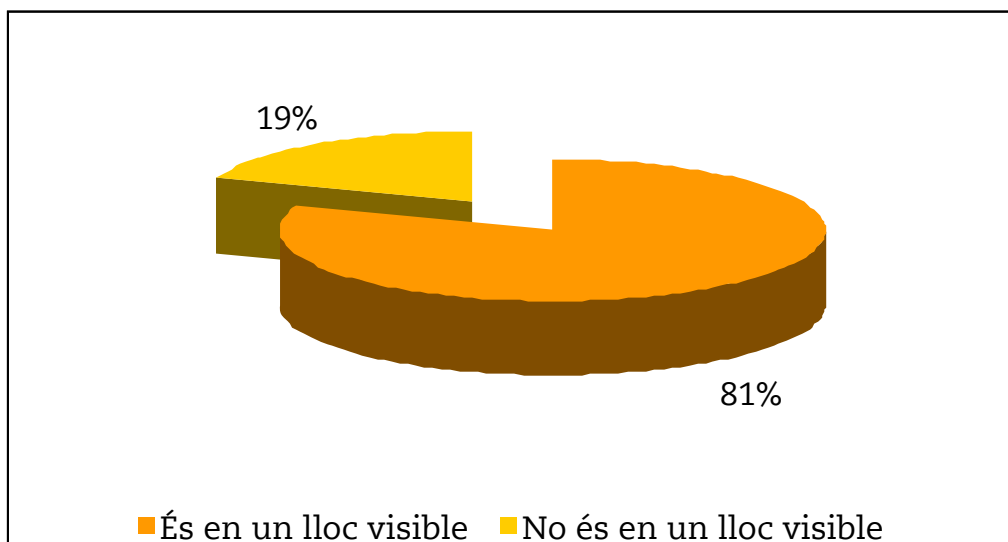
Gràfic 24. Ubicació de les OMIC-OCIC



Així mateix, el gràfic següent mostra que en la gran majoria dels casos, l'ajuntament o consell comarcal considera que la seu de l'OMIC i l'OCIC es troba en un lloc visible i d'afluència de pas, la qual cosa és molt convenient per donar a conèixer a la ciutadania aquests serveis i les funcions que porten a terme en matèria de consum.

Respecte del 19% d'oficines de consum que han afirmat que no són clarament visibles, cal tenir en compte també que les seus d'alguns consells comarcals s'ubiquen a l'extraradi de les ciutats, la qual cosa pot haver incidit en el resultat que reflecteix el gràfic, del qual cal deduir, no obstant això, que les OMIC i les OCIC de Catalunya són, en termes generals, en llocs visibles.

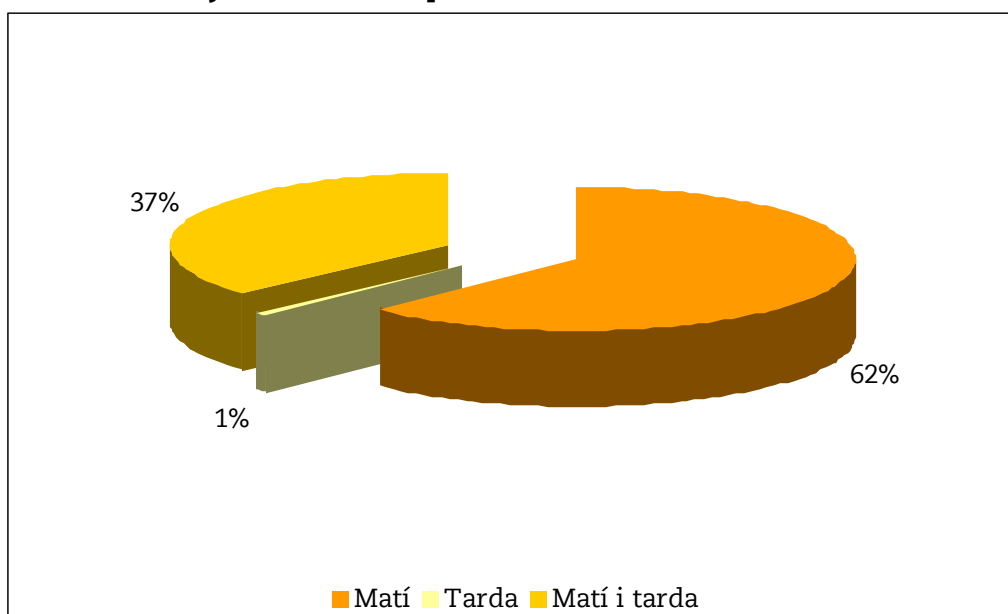
Gràfic 25. Visibilitat de les OMIC-OCIC



Un altre element imprescindible a l'hora de garantir l'accessibilitat de la ciutadania als serveis de consum és, sens dubte, l'horari durant el qual les oficines de consum són obertes al públic.

Les dades resultants del qüestionari tramès a les OMIC i les OCIC mostren que en més de la meitat dels casos (62%), les OMIC i OCIC obren només en horari de matí, si bé un 37% de les OMIC i OCIC enquestades afirmen que tenen un horari d'atenció al públic que abasta tant la franja de matí com la de tarda.

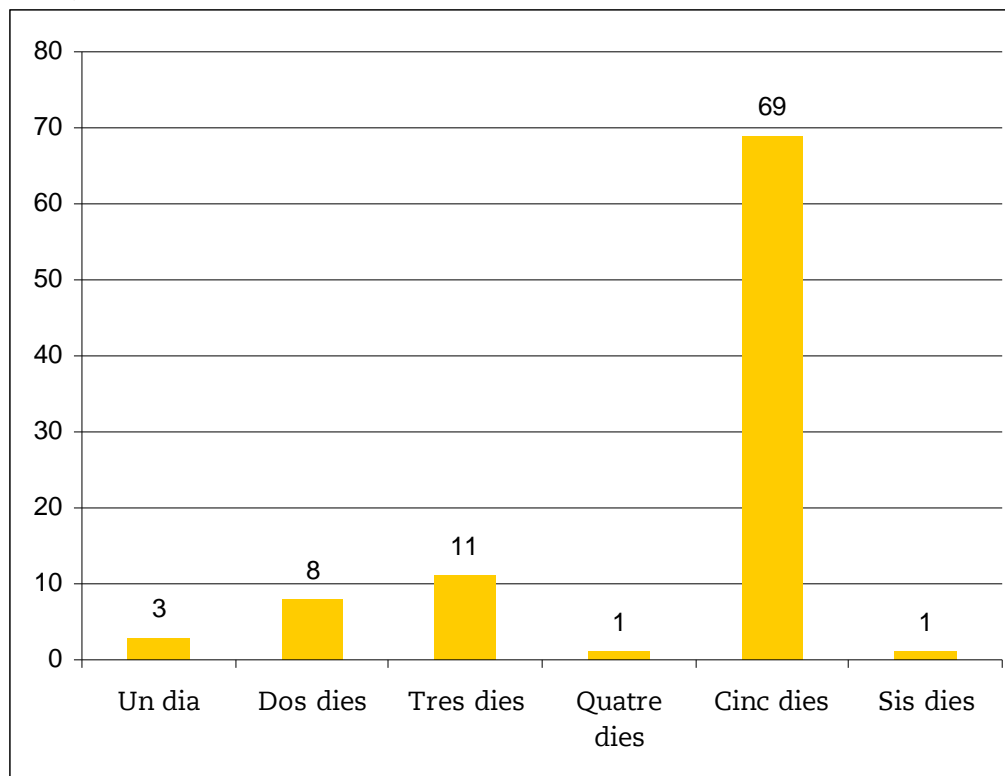
Gràfic 26. Franja d'atenció al públic



Si ho analitzem pel nombre de dies en què l'oficina de consum és oberta al públic, podem comprovar que el supòsit més freqüent (69 casos) és el de l'oficina que obre cinc dies a la setmana, considerant que, presumiblement,

aquest horari es correspon amb l'horari dels treballadors de l'oficina, de dilluns a divendres.

Gràfic 27. Nombre de dies en què l'oficina és oberta als ciutadans (OMIC i OCIC)



Si analitzem conjuntament les dades relatives al nombre de dies la setmana en què obren les OMIC i les OCIC, i la franja horària durant la qual l'oficina és oberta, segons mostra el gràfic 27, hem de concloure que l'horari d'atenció al públic més habitual és el de cinc dies la setmana en l'horari de matí; l'horari de tarda és residual i limitat a les tardes en què treballa el personal de l'oficina de consum que, generalment, en l'àmbit de l'Administració, coincideix amb un o dos dies la setmana.

Si fem la mitjana d'hores la setmana en què les OMIC i OCIC són obertes al públic, obtenim un total de 26,23 hores, dada que mostra que, efectivament, les OMIC i les OCIC disposen d'un ampli horari d'atenció als consumidors i usuaris.

Val a dir també que aquest horari està excessivament limitat a l'horari de matí; la mitjana d'hores en què les OMIC i les OCIC són obertes al matí és de 5,28 hores, davant la mitjana d'1,33 hores en què les OMIC i OCIC obren a la tarda. D'això se'n desprèn que, segurament, cal potenciar l'atenció al públic no solament en horari de matí, sinó també en horari de tarda, o bé impulsar les comunicacions electròniques com a mitjà per relacionar-se amb l'OMIC o l'OCIC, de manera que el ciutadà pugui plantejar la seva consulta o reclamació telemàticament durant qualsevol hora del dia.

Finalment, volem destacar el cas concret dels municipis turístics, ja que a l'hora fer el tractament i l'anàlisi de les dades resultants del qüestionari, ens hem trobat el cas d'una OMIC que té un horari d'obertura al públic de sis dies la setmana, de dilluns a dissabte. Aquest municipi exposava que la seva realitat turística justificava el manteniment d'un horari d'atenció al consumidor més ampli del que és habitual, la qual cosa considerem molt adequada i ajustada a les característiques i necessitats del municipi.

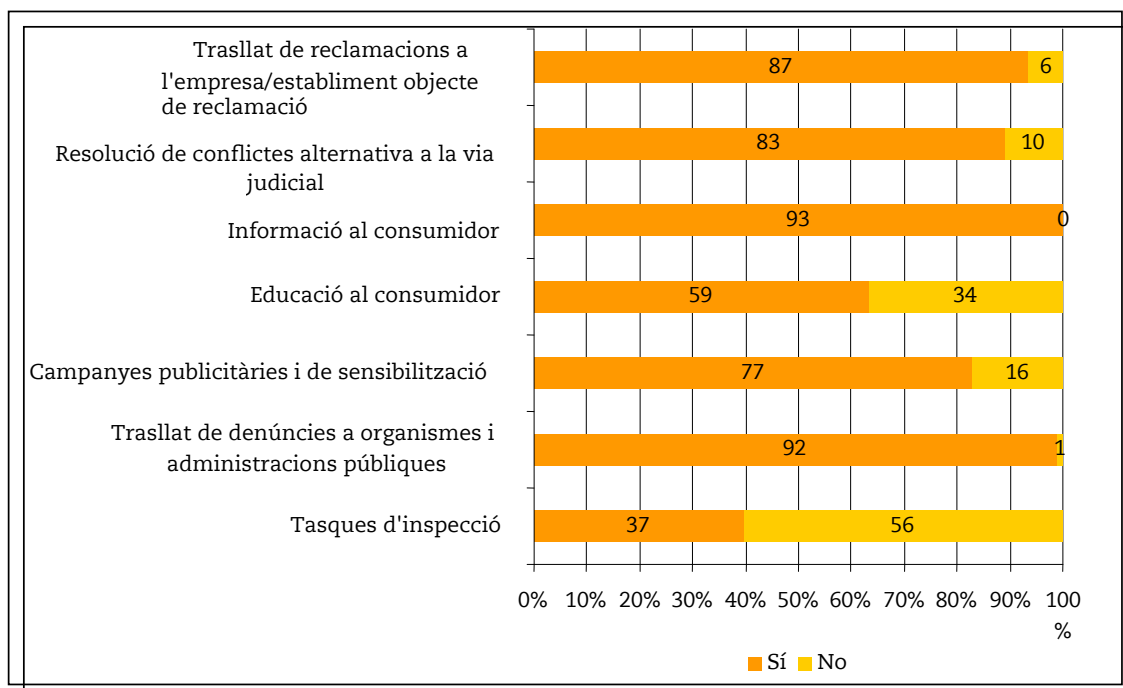
4.2.3. Funcions de les OMIC i les OCIC

L'apartat segon de l'article 11 de la Llei 3/1993, de 5 de març, de l'estatut del consumidor estableix que les oficines d'informació de titularitat pública tenen les finalitats següents:

- “Informar i orientar els consumidors sobre l'exercici de llurs drets.
- Rebre denúncies i reclamacions dels consumidors per remetre-les a les entitats o organismes corresponents.
- Qualsevol altra de relacionada amb les precedents que sigui establerta per reglament.”

Ara bé, si analitzem el gràfic que apareix a continuació, constatem que, a banda de les finalitats que, amb caràcter de mínims, estableix l'article 11 esmentat més amunt, la majoria d'OMIC i d'OCIC de Catalunya porten a terme altres funcions en matèria de consum, com ara tasques d'inspecció o la resolució de conflictes de forma alternativa a la via judicial.

Gràfic 28. Funcions de les OMIC-OCIC



Així, veiem que el 100% de les OMIC i OCIC porten a terme, com no podia ser d'altra manera, tasques d'informació als consumidors, i totes les oficines enquestades s'encarreguen també de traslladar denúncies als organismes i les administracions competents, amb l'excepció d'una OMIC concreta que si bé

no les trasllada directament, facilita al consumidor o usuari les dades de l'organisme competent per si s'hi vol adreçar.

Però a banda d'aquestes funcions, comprovem també que les OMIC i OCIC acompleixen una tasca important, no solament a l'hora de traslladar les reclamacions dels consumidors a l'empresa o establiment comercial objecte de reclamació, sinó també a l'hora d'adoptar els mecanismes de resolució de conflictes alternatius a la via judicial que hi ha al seu abast per intentar arribar a un acord amistós sobre la controvèrsia plantejada per la persona consumidora, principalment per mitjà de la mediació en matèria de consum i també de l'arbitratge als municipis que també disposen de junta arbitral de consum.

Així mateix, podem comprovar que més del 60% d'oficines enquestades han afirmat que duen a terme funcions en matèria d'educació per al consum (activitats a escoles, tallers, etc.), i que més del 80% porta a terme campanyes publicitàries i de sensibilització en matèria de consum per diversos mitjans. El percentatge (40%) d'oficines que porta a terme tasques d'inspecció és més minoritari.

La realitat de les oficines de consum a Catalunya és força heterogènia, ja que, com hem pogut comprovar arran de l'elaboració d'aquest treball, coexisteixen oficines amb estructures, mitjans i funcions molt diferents, que van des de les oficines que es limiten a complir les finalitats d'informació al consumidor i a la tramesa de les denúncies i reclamacions, a d'altres oficines, les quals, ja sigui perquè tenen competències delegades per la Generalitat de Catalunya, ja sigui perquè així ho han acordat, porten a terme moltes altres funcions en defensa dels drets dels consumidors i usuaris.

Respecte d'això, amb la voluntat d'impulsar una certa homogeneïtat al territori de Catalunya en la configuració i el funcionament de les oficines de consum, i per garantir una atenció equiparable en tots aquests organismes, sens perjudici de les seves especificitats organitzatives i funcionals, el Síndic de Greuges ja va defensar, en el marc de la tramitació de l'actuació d'ofici 07259/05, que l'atenció que rebessin els ciutadans a les oficines comarcals i municipals d'arreu de Catalunya havia de recollir, com a mínim, les funcions d'informació i orientació al consumidor, la resolució de reclamacions per mediació i conciliació, i la tramesa de les denúncies a l'òrgan competent, sens perjudici de les funcions que en matèria sancionadora poguessin correspondre a l'ens local, d'acord amb la legislació aplicable, o li haguessin estat delegades.

A continuació, analitzem amb més detall algunes de les funcions que porten a terme els diversos organismes que actuen en defensa dels drets dels consumidors i usuaris:

4.2.3.1. La mediació i l'arbitratge

Pel que fa a les funcions que les OMIC i les OCIC porten a terme, cal dir que aquesta institució sovint rep queixes d'usuaris dels serveis de consum que posen de manifest la disconformitat amb l'actuació duta a terme per l'OMIC o l'OCIC, perquè consideren que no els ha permès arribar a una solució satisfactòria sobre la reclamació de consum plantejada.

Respecte d'això val a dir també que hem detectat un desconeixement bastant generalitzat de la ciutadania sobre el fet que les actuacions de mediació que porten a terme moltes OMIC i OCIC depenen, en gran part, de la voluntat de les parts implicades d'arribar a un acord amistós sobre el conflicte de consum i, en definitiva, sobre el fet que si bé la mediació o l'arbitratge de consum poden ser una alternativa més àgil i ràpida que la via judicial, l'eficàcia d'aquestes vies alternatives de resolució de conflictes està també certament condicionada a la voluntat de les parts, consumidor reclamant i empresa o establiment comercial objecte de reclamació, d'arribar a un acord sobre la controvèrsia.

La mediació, ja sigui en l'àmbit del consum o en qualsevol altre, constitueix un procés de resolució de conflictes voluntari que permet que les parts implicades puguin comunicar-se entre elles i expressin els seus punts de vista, arguments i interessos, i arribin, si s'escau, a acords mútuament consentits. Tot això amb la intervenció d'un tercer, el mediador, que actua de forma imparcial com a facilitador de l'acord entre les parts.

D'això se'n desprèn que l'organisme de consum que actua com a mediador no assumeix el paper de jutge sobre el cas que se li planteja, sinó que compleix la funció de facilitar un acord amistós entre les parts que pugui posar fi a una controvèrsia. El fet que es produeixi un acord o no dependrà, sobretot, de la voluntat de les parts d'assolir-lo, i no tant de l'actuació de l'OMIC o OCIC, que si bé pot incidir a l'hora de facilitar l'adopció de l'acord, tampoc no és determinant en la majoria dels casos, sobretot quan l'empresa objecte de reclamació no està disposada a acceptar cap tipus de mediació per part d'un tercer.

Igualment, perquè un conflicte es pugui resoldre mitjançant l'arbitratge de consum, cal que s'hagi formalitzat un conveni arbitral en el qual s'expressi la voluntat de les parts de resoldre per mitjà del sistema arbitral de consum les controvèrsies que puguin sorgir o hagin sorgit en una relació jurídica de consum, ja sigui perquè aquest conveni ha estat incorporat en una clàusula contractual, perquè hi ha una oferta pública d'adhesió al sistema arbitral per part de l'empresa objecte de reclamació o perquè aquesta empresa accepta sotmetre's al sistema arbitral davant una reclamació concreta d'un consumidor.

Així, hem pogut comprovar que el caràcter voluntari que tenen la mediació i l'arbitratge de consum dificulta, en molts casos, l'eficàcia d'uns mètodes que haurien de ser una alternativa àgil al sistema judicial, especialment en els conflictes en matèria de consum en què l'escassa quantia econòmica de la pretensió desaconsella la interposició d'accions legals davant la jurisdicció ordinària.

És per això que cal insistir en la necessitat de donar a conèixer la mediació i l'arbitratge de consum com a alternativa a la solució judicial, i no solament amb vista als consumidors i usuaris; cal que també les OMIC i les OCIC i la resta d'administracions que actuen en matèria de consum fomentin l'adhesió de les empreses, dels comerciants i dels prestadors de serveis en general al sistema arbitral de consum per estendre l'aplicació d'aquesta via de resolució de conflictes alternativa a la via judicial.

El Síndic de Greuges ja va defensar en l'informe anual corresponent a l'any 2005 (pàg. 65 a 67) el foment de la mediació, i ho reitera aquí novament perquè a hores d'ara encara hi ha un desconeixement força generalitzat de la ciutadania sobre les administracions amb competències en matèria de consum i, molt especialment, sobre les diverses vies de què disposen per defensar els seus drets i interessos econòmics.

És cert que, a hores d'ara, no hi ha cap normativa que determini un procediment únic a seguir, raó per la qual les oficines de consum tenen un gran marge de discrecionalitat a l'hora d'aplicar les tècniques de mediació i conciliació que considerin més adequades per promoure l'acord entre les parts, la qual cosa pot comportar que les tècniques de mediació que s'utilitzen arreu de Catalunya puguin variar d'una oficina de consum a una altra.

Respecte d'això, i sens perjudici de considerar també que aquesta manca de formalisme respecte del procediment a seguir contribueix a garantir que la mediació de consum sigui un mètode ràpid, àgil i eficaç per resoldre conflictes de consum, entenem que, en qualsevol cas, en el marc de l'actuació mediatora que portin a terme els organismes de consum s'ha de vetllar igualment pel compliment de determinades pautes o principis que garanteixin una protecció adequada dels drets dels consumidors i usuaris.

D'acord amb això, considerem que tots els organismes que a Catalunya porten a terme tasques de mediació i arbitratge en matèria de consum haurien complir els principis que estableix la Comissió de les Comunitats Europees en les recomanacions 98/257/CE, de 30 de març, i 2001/310/CE, de 4 d'abril, relatives als principis aplicables als òrgans extrajudicials de resolució consensual de conflictes en matèria de consum. Aquestes recomanacions són les següents:

- 1) Principis d'independència i d'imparcialitat de l'òrgan responsable de la presa de decisió.
- 2) Principi de transparència del procediment que s'ha de materialitzar, tant a l'hora de garantir l'accés a la informació als interessats que ho sol·licitin, com mitjançant la publicació d'un informe anual per l'òrgan competent que reflecteixi la naturalesa dels litigis i els resultats obtinguts.
- 3) Principi de contradicció, tot garantint que totes les persones interessades en el procediment puguin manifestar el seu punt de vista i, alhora, conèixer el dels altres.
- 4) Principi d'eficàcia del procediment, que cal assolir mitjançant mesures que garanteixin l'accés del consumidor al procés, la gratuïtat del

procediment, la fixació de terminis curts i l'atribució d'un paper actiu a l'òrgan competent.

5) Principi de legalitat, perquè si bé en un procés extrajudicial de resolució de conflictes, la controvèrsia es pot resoldre en equitat i no necessàriament en dret, cal vetllar també perquè la decisió de l'òrgan no tingui com a resultat privar el consumidor de la protecció que li garanteixen les disposicions imperatives previstes legalment.

6) Principi de llibertat, de manera que la decisió de l'òrgan només pugui ser obligatòria per a les parts quan aquestes hagin estat degudament informades d'aquesta circumstància i així mateix ho hagin acceptat.

7) Principi de representació, en el sentit que cap persona es pugui veure privada de fer-se representar per una altra o de fer-se acompanyar per un tercer, si ho desitja.

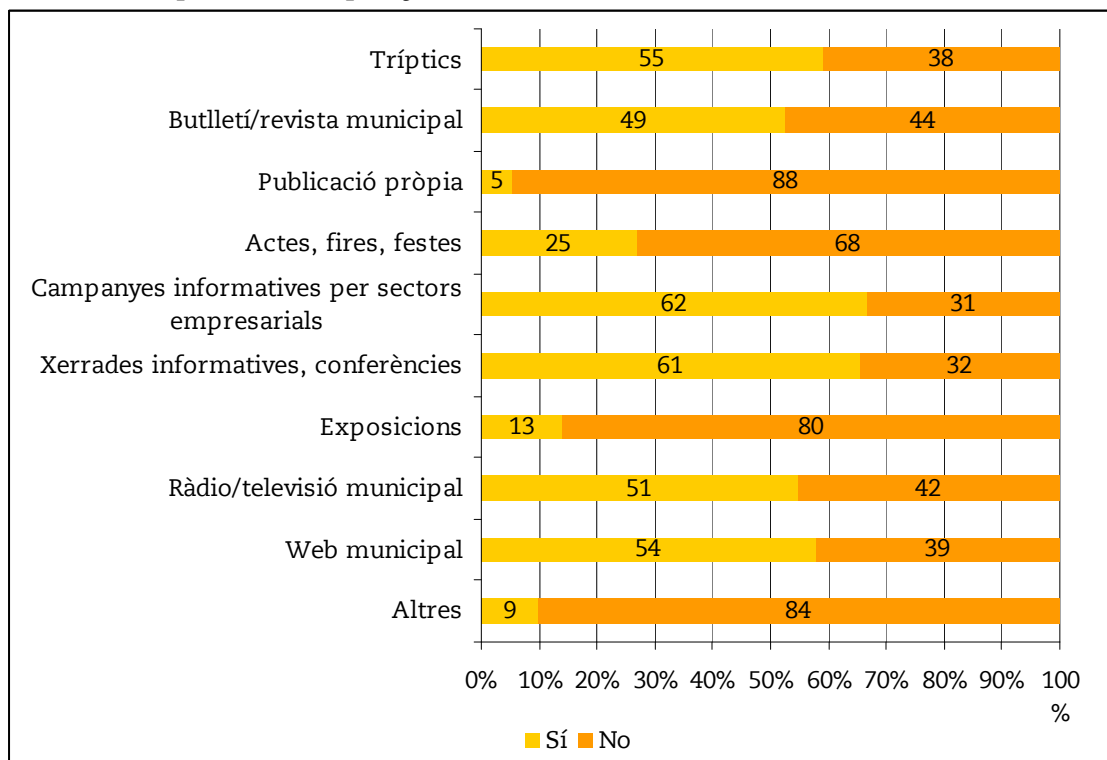
8) Principi d'equitat en el procés mediador, que implica el dret de les parts a estar informades del seu dret de no acceptar o d'abandonar el procediment en qualsevol moment, el dret de disposar del temps necessari que els permeti decidir si accepten o no la solució proposada i el dret a conèixer les conseqüències derivades de l'acceptació de la solució, així com el dret de presentar tots els arguments i les proves que considerin oportuns en defensa de les seves pretensions.

4.2.3.2. La informació i l'educació

L'article 51 de la Constitució estableix per als poders públics el manament exprés de promoure la informació i l'educació dels consumidors i usuaris.

Tal com hem remarcat, la informació i l'educació són les funcions principals que compleixen les oficines públiques d'informació al consumidor d'àmbit local i comarcal i que, tal com es pot comprovar en el gràfic 29, porten a terme, en major o menor proporció, amb diversos mitjans (publicacions, ràdio i televisió, pàgines web, etc.).

Gràfic 29. Tipus de campanyes de sensibilització OMIC - OCIC



A criteri d'aquesta institució, la informació i l'educació en matèria de consum no s'han de limitar a l'atenció ciutadana que directament presten les mateixes oficines, sinó que els ajuntaments i els consells comarcals han de promoure campanyes informatives, xerrades adreçades a consumidors i comerciants, tallers sobre consum als centres escolars, i qualsevol altra activitat que es consideri oportuna per promoure una adequada formació i educació de la ciutadania en matèria de consum, tenint en consideració que per dur a terme aquesta tasca poden ser molt útils els mitjans de comunicació, per la capacitat que tenen d'arribar ràpidament a un gran nombre de persones.

Respecte d'això les oficines comarcals i municipals de consum haurien de dur a terme actuacions que tinguin per finalitat donar a conèixer a la ciutadania els drets dels consumidors i usuaris, i els mitjans que avui dia hi ha per defensar l'exercici d'aquests drets, entenent que cal un esforç imaginatiu a l'hora de promoure qualsevol activitat o campanya que pugui ser eficaç per aconseguir aquest objectiu, ja sigui des de la publicació d'un butlletí o revista especialitzada sobre consum, a l'emissió d'un programa de ràdio o a la representació d'una obra teatral, per exemple.

Alhora és important remarcar que els organismes de consum han de potenciar no solament la informació al consumidor, sinó també l'educació i la formació en consum com a part integrant del desenvolupament integral de la persona, amb una consideració especial a la necessitat de promoure un consum responsable.

4.2.3.3. Inspecció i actuació sancionadora

Si analitzem el gràfic 29, veiem que 37 de les 93 (un 40%) OMIC i OCIC enquestades han afirmat que a compleixen tasques d'inspecció.

Sobre això cal dir que l'Agència Catalana del Consum, d'acord amb les competències que té en matèria de comerç interior i de defensa dels drets dels consumidors i usuaris, i de conformitat amb el que estableix la Llei 1/1990, de 8 de gener, sobre la disciplina del mercat i de defensa dels consumidors i usuaris, compleix funcions d'inspecció i també la potestat sancionadora en els termes establerts legalment.

Així mateix, les administracions locals, dins l'àmbit de les competències que els reconeix la legislació de règim local, poden portar a terme actuacions d'inspecció i també la imposició de sancions amb els límits que estableix la normativa vigent, que ha de determinar quines sancions poden imposar les corporacions locals, segons la població i el tipus d'infracció.

Veiem també que l'Agència Catalana del Consum ha delegat en moltes OCIC, amb les quals ha subscrit els convenis de col·laboració corresponents, l'acompliment de tasques d'inspecció i la realització de campanyes de control respecte del procés de producció, distribució i venda dels productes en el mercat i amb relació a la prestació de serveis.

Més concretament, per mitjà dels acords de delegació de competències, com per exemple l'Acord de Govern 47/2008, d'11 de març, la Generalitat de Catalunya ha delegat a determinats consells comarcals l'acompliment de les tasques d'inspecció i control següents:

- “La realització de tasques de control i, si escau, l'arxivament de les diligències prèvies que es derivin de la presentació d'una denúncia.
- El desplegament a la comarca de les campanyes d'inspecció i de control sistemàtic programades periòdicament per l'Agència Catalana del Consum, d'acord amb les instruccions i els protocols preparats des de l'Agència.
- La realització de la presa de mostres i les anàlisis necessàries de productes i béns, si escau, quan es produeixi una denúncia o quan així s'indiqui, per als productes assenyalats en els protocols de les campanyes i del control sistemàtic.
- L'atenció a les alertes referents a productes perillosos que li siguin adreçades a l'Agència Catalana del Consum, tramitant-les d'acord amb les instruccions assenyalades per a cadascuna d'aquelles.”

Amb referència això, volem posar de manifest la queixa que hem rebut, tant de ciutadans que s'han adreçat al Síndic com d'algunes de les OMIC enquestades, sobre la necessitat que l'Administració dugui a terme una actuació més contundent davant actuacions que poden ser constitutives d'infracció en matèria de consum i que es produeixen de forma reiterada, com és el cas d'anuncis que són una mostra clara de publicitat enganyosa o d'alguns abusos que s'han produït en el sector de les telecomunicacions.

Sobre això entenem que, en primer lloc, l'actuació de l'Administració davant les denúncies de fets susceptibles de constituir una infracció en matèria de

consum ha de ser contundent i eficaç, i fins i tot exemplar, a l'efecte de dur a terme les inspeccions i les investigacions necessàries per esclarir els fets denunciats i incoar, si escau, el procediment sancionador corresponent.

En segon lloc, considerem també que cal potenciar la col·laboració i la cooperació entre les administracions públiques davant aquests casos, sobretot a l'hora de col·laborar en l'acompliment de les tasques d'inspecció necessàries, i a l'hora de traslladar la denúncia o posar en coneixement de l'administració competent, al més aviat possible, els fets susceptibles de constituir una infracció administrativa.

Així, val a dir que les OMIC i les OCIC poden tenir un paper primordial, no solament a l'hora d'informar els consumidors i usuaris sobre els seus drets i sobre els mitjans de defensa de què disposen, sinó també a l'hora de promoure campanyes informatives adreçades al sector comercial i empresarial del municipi o la comarca, segons el cas, amb la finalitat de garantir el compliment de la normativa vigent en matèria de consum i, de retruc, el compliment dels drets dels consumidors i usuaris, la qual cosa cal impulsar i potenciar com a funcions que les OMIC i OCIC poden portar a terme.

A tall d'exemple, és evident que si el titular d'un establiment comercial no coneix l'obligació que té de disposar de fulls oficials de reclamació/denúncia a disposició dels consumidors i usuaris i de l'obligació d'exhibir el rètol enunciatiu corresponent, difícilment pot complir aquesta obligació legal, de manera que, primerament, cal una actuació informadora i divulgativa per part de l'Administració.

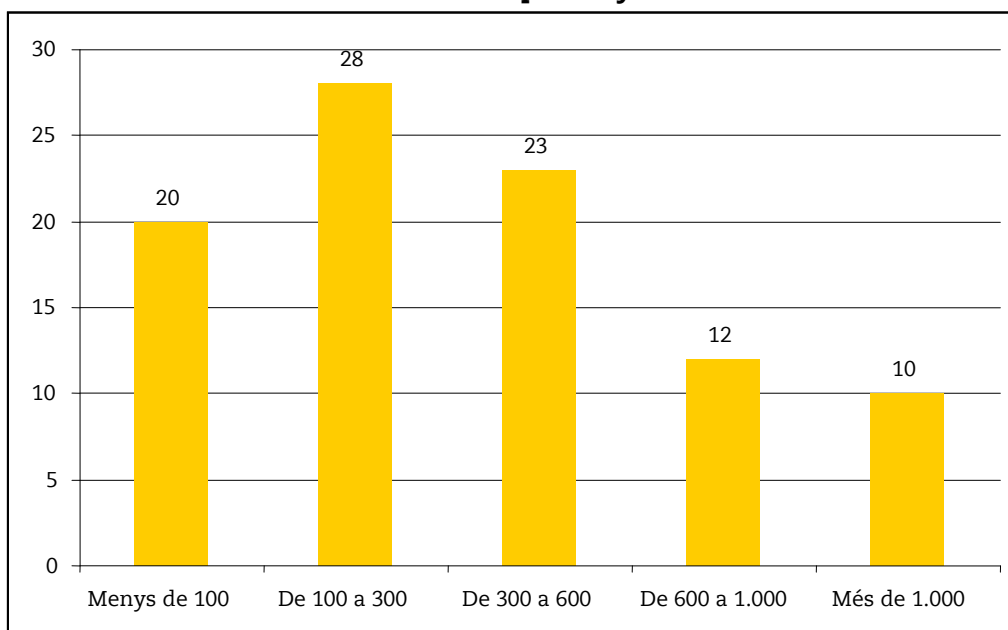
Si bé és cert que el desconeixement de la normativa no en justifica l'incompliment, també entenem que una actuació informativa prèvia per part de l'Administració pot fer innecessària una actuació sancionadora posterior, sobretot en casos en què l'incompliment de la normativa pot estar motivat pels freqüents canvis legislatius que afecten determinats sectors comercials, els quals no sempre tenen un suport gremial i jurídic que els mantingui degudament informats de les noves exigències legals.

4.2.4. Volum d'actuacions de les OMIC i les OCIC

És evident que un dels requisits que acredita el nivell de qualitat del treball en una oficina pública d'informació és la capacitat i la disposició d'assumir la càrrega de treball que té en condicions adequades, per la qual cosa cal analitzar el volum de feina de l'oficina i els recursos materials i personals de què disposa per poder fer-hi front.

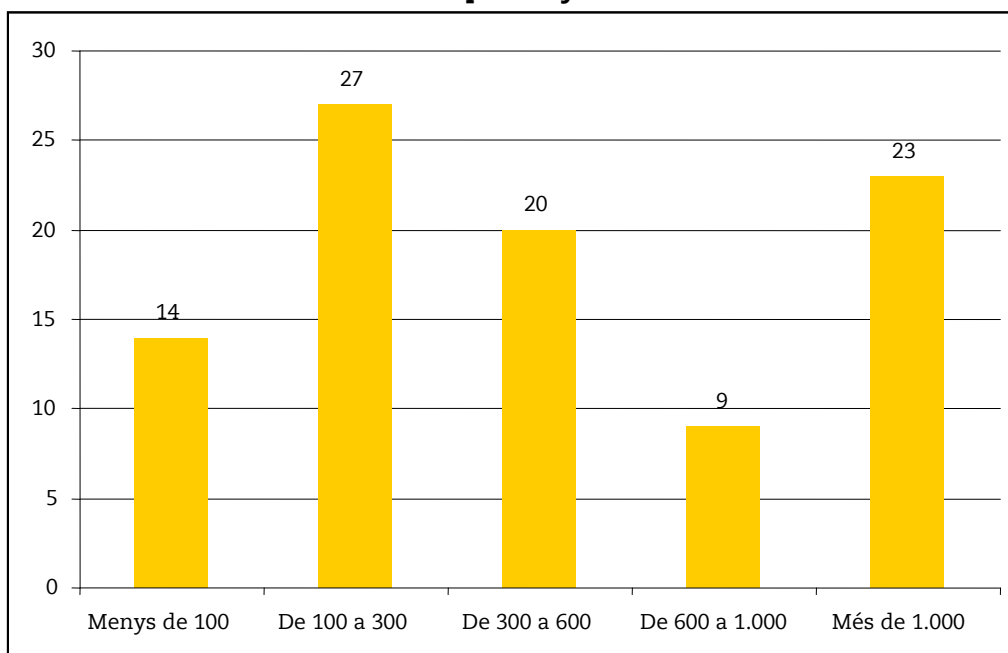
Si observem el gràfic 30, podem comprovar que en la majoria d'OMIC i OCIC enquestades el nombre més habitual de reclamacions per any oscil·la, principalment, entre les 100 i 300 reclamacions. El nombre d'oficines que reben entre 300 i 600 reclamacions i de les que en reben menys de 100 és igualment important.

Gràfic 30. Nombre de reclamacions per any



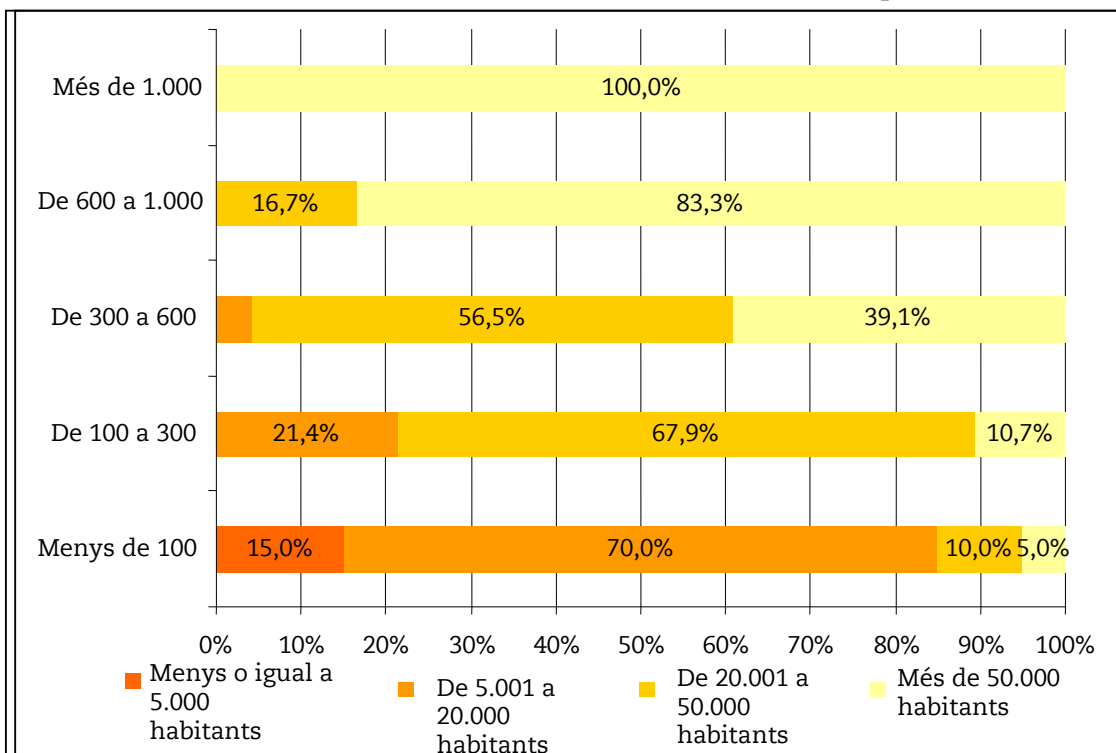
Així mateix, el gràfic 31 mostra que en el cas de les consultes, la majoria d'OMIC i OCIC enquestades han afirmat que el darrer any han dut a terme entre 100 i 300 consultes, si bé en aquest gràfic podem comprovar que el nombre de comarques i municipis que han rebut més de 1.000 consultes l'any és certament força elevat.

Gràfic 31. Nombre de consultes per any i oficina

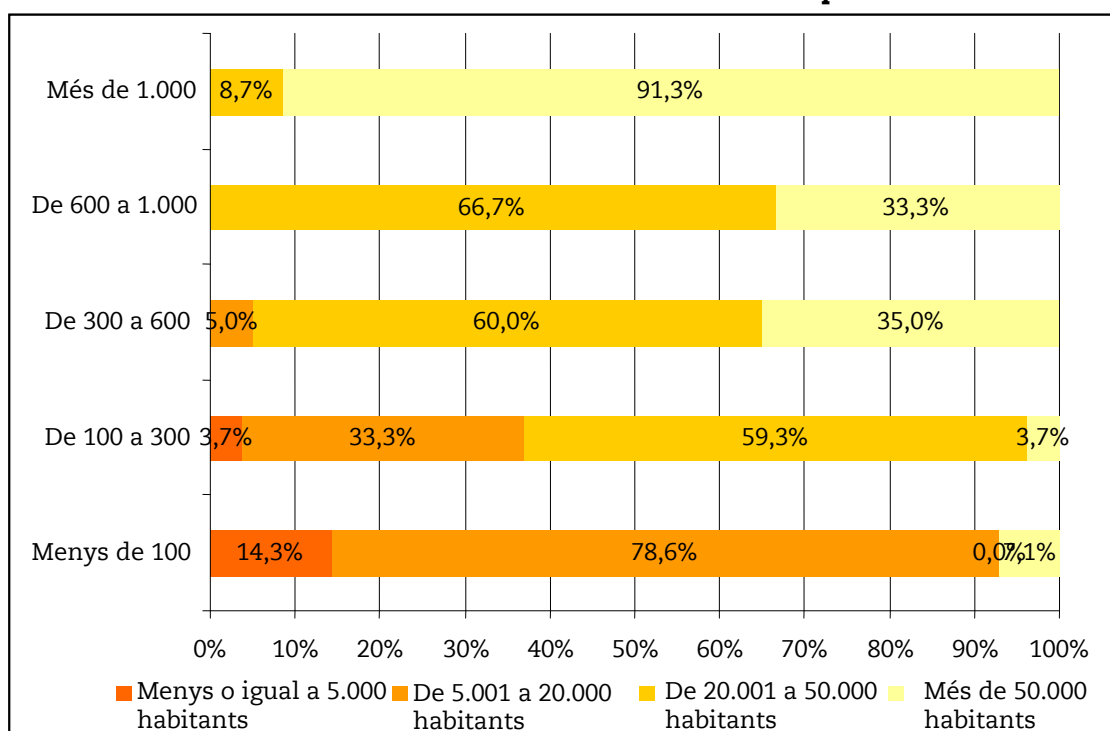


Aquestes dades són una mostra de la diversitat d'oficines de consum que trobem arreu de Catalunya i que estan directament relacionades amb la dimensió del municipi o comarca, tal com reflecteixen els gràfics 32 i 33. És habitual que els territoris de més població rebin un nombre més elevat de consultes i reclamacions d'altres municipis o comarques que tenen un nombre d'habitants inferior i on el nombre de consultes i reclamacions en matèria de consum és també sensiblement més baix.

Gràfic 32. Nombre de reclamacions rebudes en funció de la població



Gràfic 33. Nombre de consultes rebudes en funció de la població



Una altra dada que hem considerat interessant a l'hora de determinar el nivell d'eficàcia i eficiència amb què actuen les OMIC i les OCIC és la relativa al termini mitjà en què aquestes oficines de consum resolen, ja sigui en sentit positiu o negatiu, una determinada reclamació de consum.

Tal com reflecteix el gràfic 34, la majoria d'oficines enquestades han afirmat que resolen, majoritàriament, les reclamacions rebudes en un termini d'un a tres mesos, mentre que vint-i-una oficines resolen les reclamacions en menys d'un mes i deu oficines dediquen entre tres i sis mesos a resoldre una determinada reclamació. Només una oficina ha afirmat que triga més de sis mesos a resoldre les reclamacions que rep.

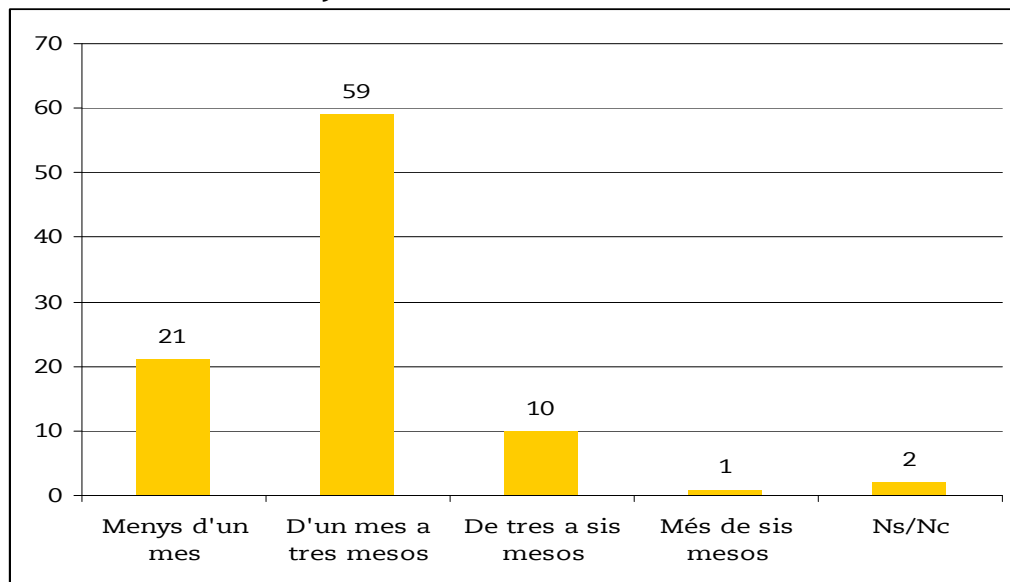
Entenem que aquesta dada és força positiva i posa de manifest l'agilitat i l'eficàcia amb què, en termes generals, actuen les oficines de consum a l'hora de dur a terme el trasllat de les reclamacions a l'empresa objecte de reclamació, i les tasques de mediació i de conciliació per facilitar l'adopció d'un acord entre les parts sobre el conflicte.

Cal tenir en compte que, més enllà de l'agilitat de la gestió que porti a terme l'OMIC o l'OCIC a l'hora de resoldre la reclamació, el termini mitjà de resolució també es veu certament condicionat per la rapidesa i l'agilitat de l'empresa objecte de reclamació a l'hora d'analitzar la reclamació del consumidor i de donar-li la resposta que consideri oportuna.

De tota manera, i sens perjudici que qualsevol termini de resolució és susceptible de ser escurçat mitjançant la dotació dels recursos personals i materials que escaiguin, cal dir que, en termes generals, el termini mitjà de

resolució de les reclamacions de consum que es desprèn dels qüestionaris que ens han fet arribar les OMIC i OCIC de Catalunya és força satisfactori, i s'ajusta a la immediatesa en la resolució que sovint requereixen moltes reclamacions en matèria de consum.

Gràfic 34. Termini mitjà de resolució de les reclamacions



Una altra dada que hem considerat interessant d'analitzar és el mitjà pel qual l'OMIC o l'OCIC comunica al consumidor o usuari la resolució final de la seva reclamació, atès que aquesta institució ha rebut diverses queixes de ciutadans (01409/06 i 10421/06, p.ex.) que posen de manifest que no han rebut cap informació per part de l'oficina de consum amb relació a la reclamació de consum plantejada.

En algun d'aquests casos, el Síndic ha hagut de recordar a les oficines de consum el deure que tenen de donar resposta a la reclamació presentada i d'informar el consumidor de les actuacions dutes a terme per resoldre-la i del resultat obtingut, així com de les vies de què disposa per continuar amb la defensa de la seva pretensió, si aquest és el seu interès, en cas que amb l'actuació de l'OMIC o l'OCIC no s'hagi arribat a una solució satisfactòria.

El gràfic 35 evidencia que la manca d'una regulació normativa sobre el procediment de mediació en matèria de consum comporta que les oficines de consum utilitzin diversos mitjans per comunicar a la persona interessada la resolució final de la seva reclamació. La comunicació per correu postal, ordinari o certificat i la comunicació telefònica són els mitjans més habituals que utilitzen les oficines de consum.

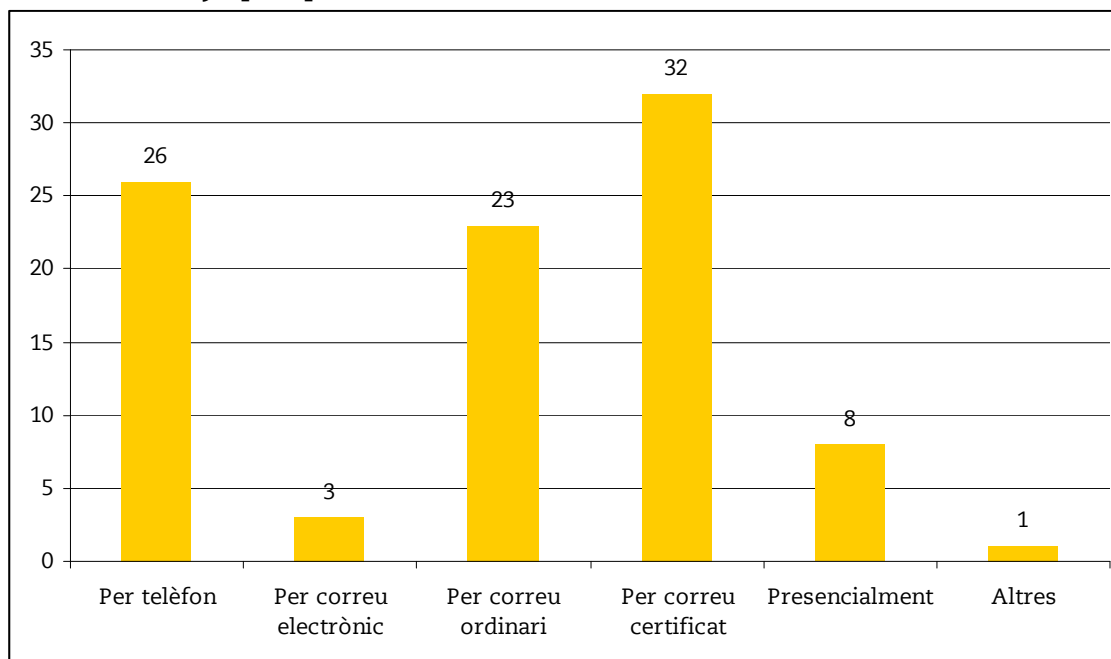
Sobre això volem insistir en l'obligació de les OMIC i OCIC d'informar el consumidor sobre les actuacions de reclamació i de mediació efectuades, i de fer-ho pel mitjà de comunicació més adequat per al cas concret, però sempre de manera que s'aconsegueixi trametre a l'interessat, amb prou claredat, la informació que pertoca.

Entenem que és preferible emprar un mitjà de comunicació escrit del qual quedi constància per comunicar la resolució final de la reclamació, sens

perjudici de traslladar la informació al consumidor també de forma verbal, si aquesta comunicació verbal pot servir per ajudar el consumidor a entendre el contingut de l'escrit que rebí de l'oficina de consum amb relació a la seva reclamació.

Així mateix, i amb independència de la forma de comunicació que finalment s'adopti, també caldria fer-ho constar en el mateix expedient d'aquesta actuació, de manera que en qualsevol moment es pugui comprovar la data i el mitjà utilitzat per l'oficina per comunicar-se amb la persona interessada.

Gràfic 35. Mitjà pel qual es comunica la resolució de la reclamació



D'altra banda, és interessant comprovar quins són els àmbits del consum que han donat lloc a més reclamacions dels consumidors i usuaris que s'han adreçat a les OMIC i OCIC d'arreu de Catalunya.

Segons el que es desprèn del gràfic 36, és certament rellevant la dada relativa al nombre d'oficines que ha manifestat que el sector de les telecomunicacions és el que més consultes i queixes ha generat (84 casos de 93).

Aquestes dades són coincidents, d'altra banda, amb les que faciliten altres organismes de defensa dels drets de consumidors —Agència Catalana del Consum, Institut Nacional de Consum, o les organitzacions de consumidors, entre d'altres—. L'alt nombre de reclamacions i consultes respon possiblement a diversos factors. Aquest estudi no pretén analitzar la tipologia de reclamacions que reben les OMIC en matèria de telecomunicacions, però per apuntar només alguna de les causes més conegudes, podem fer referència a les següents: l'alt nivell d'utilització dels serveis de telecomunicacions, especialment la telefonia mòbil, el notable increment de l'ús d'Internet, que, tot i que és lluny de ser generalitzat, creix molt ràpidament, i el fet que és un sector en què el desenvolupament tecnològic té una incidència especial, amb l'aparició constant de nous serveis i prestacions, i les consegüents dificultats per adaptar la normativa de protecció dels drets dels usuaris a aquesta realitat en evolució permanent, tot i els esforços significatius en aquest sentit. Entre

aquests destaca l'aprovació, l'any 2005, del Reglament sobre les condicions per a la prestació de serveis de comunicacions electròniques, el servei universal i la protecció dels usuaris.

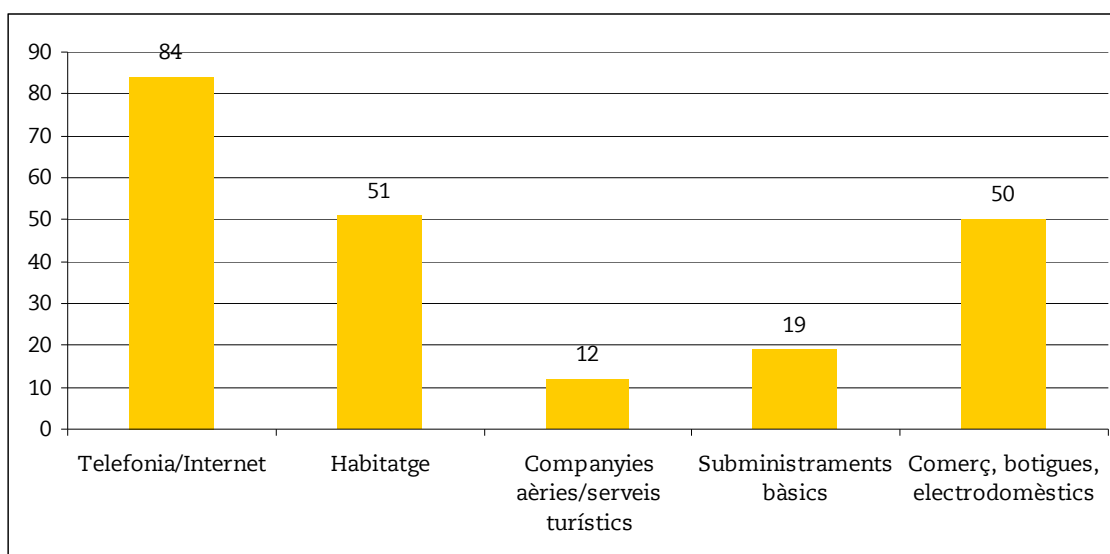
En un segon terme, veiem que els problemes relacionats amb l'habitatge (51 casos de 93) i amb el comerç (50 casos de 93) són àmbits que han generat també un gran nombre de consultes i reclamacions.

Sobre això només cal fer esment del fet que la Llei 18/2007, de 28 de desembre, del dret a l'habitatge, recentment aprovada, va incorporar, al títol IV, una regulació específica sobre la protecció dels consumidors i els usuaris d'habitatge en el mercat immobiliari, que esperem que serveixi per posar fi a les situacions irregulars que una part dels adquirents i usuaris d'habitatges han patit els darrers anys.

I, pel que fa al sector del comerç, que constitueix el tercer àmbit que més consultes i reclamacions ha motivat, val a dir que si bé l'aprovació de la Llei 23/2003, de 10 de juliol, de garanties en la venda de béns de consum, va significar un pas endavant en la defensa dels drets dels consumidors, la interpretació del contingut d'aquest cos normatiu també ha generat una certa confusió que ha causat més d'un conflicte quan s'ha produït una manca de conformitat amb relació al bé de consum adquirit, sobretot a l'hora de determinar quan el consumidor té dret a la substitució del producte i no solament a la reparació.

Tot i que en una proporció més baixa, el gràfic 36 mostra també que la prestació de serveis de subministraments bàsics (aigua, llum i gas) i la contractació de serveis turístics i de transport aeri han estat els sectors que més consultes i reclamacions han generat en un nombre considerable d'OMIC i OCIC.

Gràfic 36. Els sectors que han generat més reclamacions i consultes per oficina



Una altra qüestió que el Síndic de Greuges ha tractat amb profunditat fa referència als criteris que les OMIC i les OCIC tenen en compte a l'hora d'atendre les consultes i les reclamacions que els plantegen els consumidors. Se'ns han adreçat unes quantes persones per queixar-se sobre els criteris divergents que adopten les diverses oficines de consum pel que fa a les competències que tenen assignades, ja que aquestes persones s'han vist obligades a fer peregrinatges d'un organisme de consum a un altre fins que finalment n'han trobat un que s'ha considerat a si mateix competent per tramitar i resoldre la reclamació de consum.

A tall d'exemple, trobem el cas d'una oficina de consum que deriva el consumidor a l'oficina de consum del municipi o comarca on està domiciliada l'empresa objecte de reclamació, i aquesta oficina, al seu torn, entén que l'oficina de consum competent no és la del domicili de l'empresa objecte de reclamació sinó la del domicili del consumidor, quan el municipi és diferent, de manera que el ciutadà es troba que cap de les dues oficines de consum a les quals s'ha adreçat vol tramitar la seva reclamació.

En vista d'això, vam considerar interessant analitzar quins són els criteris que utilitzen les OMIC i OCIC d'arreu de Catalunya a l'hora d'atendre les consultes i reclamacions que reben.

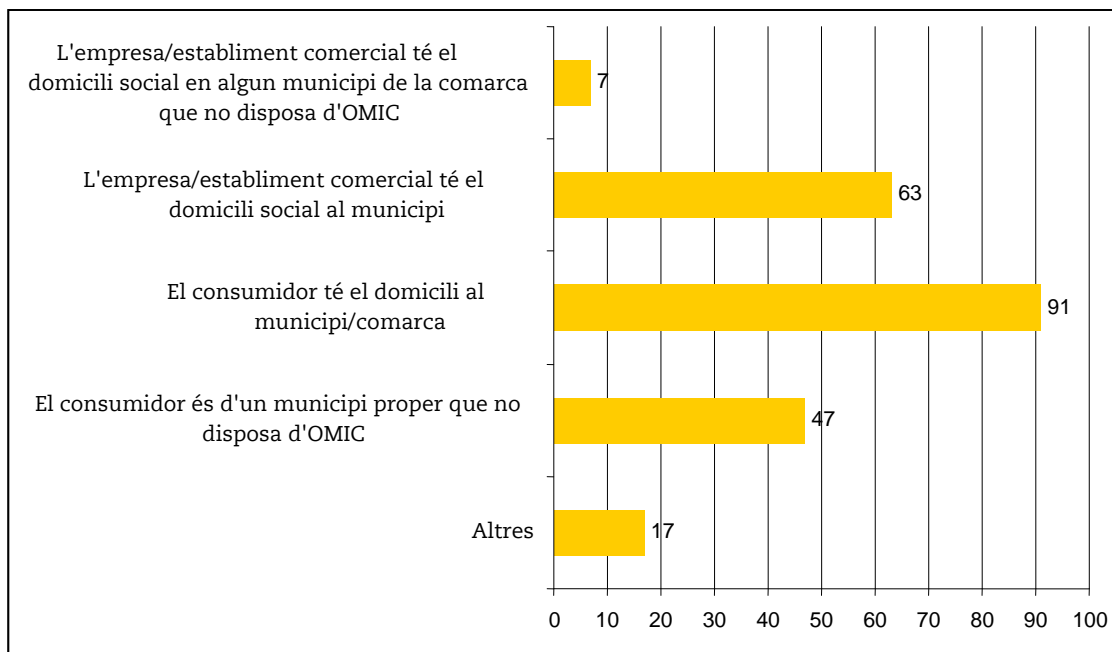
El gràfic 37 i la taula 11 mostren primerament que no hi ha un criteri únic entre les oficines de consum a l'hora de determinar quina és la seva competència, sinó que la majoria d'oficines segueix diversos criteris a l'hora de decidir atendre una consulta o gestionar una reclamació.

El criteri més majoritari, que segueix un total de 91 oficines de consum enquestades, és el domicili del consumidor al municipi o a la comarca, segons que es tracti d'una OMIC o una OCIC, per determinar si són competents o no per tramitar una reclamació.

Així mateix, observem que el criteri de competència determinat en funció del domicili de l'empresa objecte de reclamació al municipi, o comarca si s'escau, és també força emprat per les oficines de consum, alhora que 47 oficines de consum enquestades han manifestat que accepten les consultes i les reclamacions de consumidors que provenen de municipis que no disposen d'oficina de consum.

D'això se'n desprèn la voluntat generalitzada de les OMIC i OCIC que han emplenat l'enquesta de seguir criteris de competència flexibles que afavoreixin l'admissió de les consultes i les reclamacions que reben, sobretot quan es tracta de consumidors que provenen de municipis on no hi ha un servei de consum que pugui atendre la seva reclamació, i també en el cas de municipis turístics, on els criteris d'admissió de les consultes i reclamacions s'interpreten àmpliament per garantir la màxima atenció al consumidor reclamant.

Gràfic 37. Criteris a l'hora d'atendre les consultes i reclamacions



En vista de la disparitat de criteris existent entre les OMIC i OCIC a l'hora de gestionar les reclamacions de consum constatada en les queixes rebudes, l'any 2005 aquesta institució va iniciar una actuació d'ofici (A/O 07259/05) amb la finalitat d'analitzar aquesta problemàtica.

Un cop acomplertes les tasques d'investigació oportunes, i partint de la base que la Generalitat de Catalunya té competència exclusiva per regular la defensa dels consumidors i usuaris, i d'acord amb manament legal de formalitzar instruments de cooperació i coordinació entre les administracions que exerceixen funcions en matèria de consum que estableix la Llei 3/1993, de 5 de març, de l'estatut del consumidor, el Síndic va suggerir al Departament d'Economia i Finances de la Generalitat de Catalunya, entre altres qüestions, la necessitat d'establir els instruments necessaris per garantir que l'atenció que rebin els ciutadans de les oficines de consum sigui homologable a tot Catalunya.

Considerant que aquesta iniciativa hauria de partir de la Generalitat de Catalunya, sens perjudici del respecte necessari a l'autonomia local i a la capacitat d'autoorganització dels ens locals, el Síndic va comunicar a la Generalitat de Catalunya el criteri d'aquesta institució, d'acord amb el qual les oficines de consum haurien de tramitar i procurar resoldre, com a mínim, les reclamacions que li presentin els veïns del municipi o la comarca corresponent, i les que afectin empreses radicades dins el seu territori, amb independència del domicili del reclamant.

Si bé l'Agència Catalana del Consum ha manifestat la conformitat amb la necessitat d'homogeneïtzar l'atenció que reben els ciutadans de Catalunya en les diverses OMIC i OCIC, també ha assenyalat que el criteri per determinar la competència de l'oficina de consum hauria de ser només el del domicili del consumidor, excloent-hi el criteri del domicili social de l'empresa objecte de reclamació, perquè entén que aquest darrer criteri pot generar confusió.

Sobre això val a dir que el plantejament d'aquesta institució és que el domicili de l'empresa actuï com a criteri subsidiari i no alternatiu al del domicili del reclamant, de manera que només hi actuï en cas que qui reclami no sigui veí del municipi o de la comarca on presenti la reclamació.

Al seu torn, la Diputació de Barcelona ens havia comunicat que en les reunions de coordinació entre oficines municipals d'informació al consumidor que organitza de forma periòdica, s'havia arribat al consens majoritari entre les OMIC d'acceptar les reclamacions de consum que tinguessin algun tipus de connexió amb el municipi, o bé perquè el consumidor en fos veí o bé perquè l'empresa estigués radicada al municipi. Això no obstant, la Diputació també reconeixia que, tot i que aquest era el criteri més acceptat, hi havia municipis que eren referents comercials d'una determinada zona i que, consegüentment, rebien reclamacions de ciutadans de municipis propers, que no estaven d'acord amb aquest plantejament.

4.2.4.1. Recursos humans

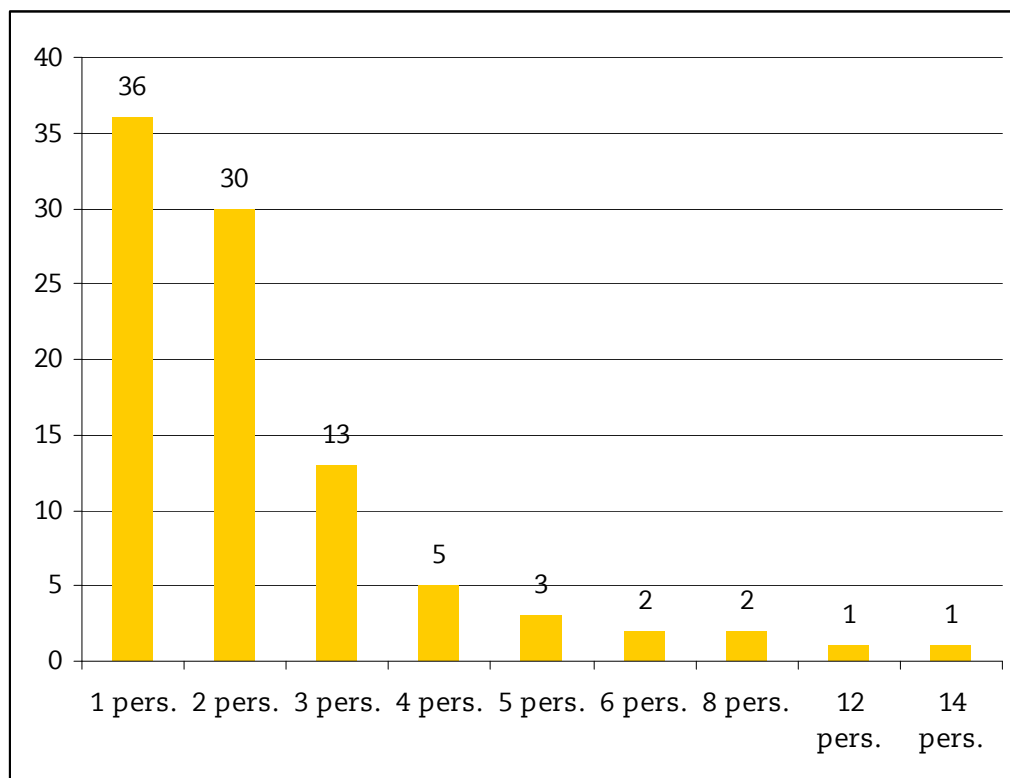
Un dels elements que condiciona enormement la capacitat de l'oficina de consum de prestar les funcions que tingui establertes i de fer-ho en condicions adequades és, sens dubte, el personal que hi treballa i el seu nivell de formació.

Del qüestionari tramès a les OMIC i OCIC de Catalunya se'n desprèn que la mitjana de recursos humans de què disposen les oficines de consum és inferior a dues persones i mitja per oficina.

Tot i així, tal com es pot observar en el gràfic 39, la diversitat d'oficines de consum que trobem a Catalunya, tant pel que fa a la dimensió i a les característiques del municipi o comarca on es troben, com a la varietat de funcions que poden portar a terme, fa que tot i que majoritàriament l'oficina disposi d'una o dues persones, també hi hagi municipis en què disposin de més personal.

A tall d'exemple, el gràfic 38 mostra que l'OMIC de la ciutat més poblada de Catalunya és atesa per catorze persones, i que, alhora, la realitat d'un municipi turístic amb una alta estacionalitat, però amb molta menys població, comporta que la seva oficina de consum necessiti dotze persones per acomplir les tasques de consum que porta a terme.

Gràfic 38. Nombre de recursos humans destinats a les OMIC i OCIC



De fet, si observem les taules 11 i 12, en les quals s'ha relacionat la dada relativa al nombre de consultes i reclamacions que han rebut les OMIC i OCIC amb la dada relativa al nombre de persones que els ajuntaments i consells comarcals han destinat a aquestes oficines, podem concloure que el fet de disposar d'un nombre més alt de personal permet donar resposta en millors condicions a les consultes i reclamacions que presenten els ciutadans i, en definitiva, incrementa la capacitat de l'oficina d'assumir un volum de feina més alt.

Cal tenir en compte que el fet de disposar d'una plantilla de treball suficient no solament ha de permetre gestionar les consultes i reclamacions de consum que reben aquestes oficines amb la deguda eficàcia, sinó que també contribueix al desenvolupament de totes les altres tasques que en matèria de consum també poden portar a terme les OMIC i OCIC, com ara la realització de campanyes informatives o el foment del sistema arbitral de consum, per exemple, per la qual cosa els ajuntaments i consells comarcals han de procurar garantir i mantenir sempre un equilibri entre els recursos humans destinats a l'oficina de consum i la càrrega de treball a la qual aquesta ha de fer front.

Taula 11. Nombre de persones destinades a les OMIC-OCIC en funció del nombre de reclamacions rebudes

	Menys de 100	De 100 a 300	De 300 a 600	De 600 a 1.000	Més de 1.000	Total
1 pers.	38,9%	41,7%	16,7%	2,8%	0,0%	100%
2 pers.	16,7%	33,3%	33,3%	13,3%	3,3%	100%

3 pers.	7,7%	15,4%	23,1%	38,5%	15,4%	100%
4 pers.	0,0%	20,0%	40,0%	20,0%	20,0%	100%
5 pers.	0,0%	0,0%	33,3%	33,3%	33,3%	100%
6 pers.	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100%	100%
8 pers.	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100%	100%
12 pers.	0,0%	0,0%	100%	0,0%	0%	100%
14 pers.	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100%	100%

Taula 12. Nombre de persones destinades a les OMIC-OCIC en funció del nombre de consultes rebudes

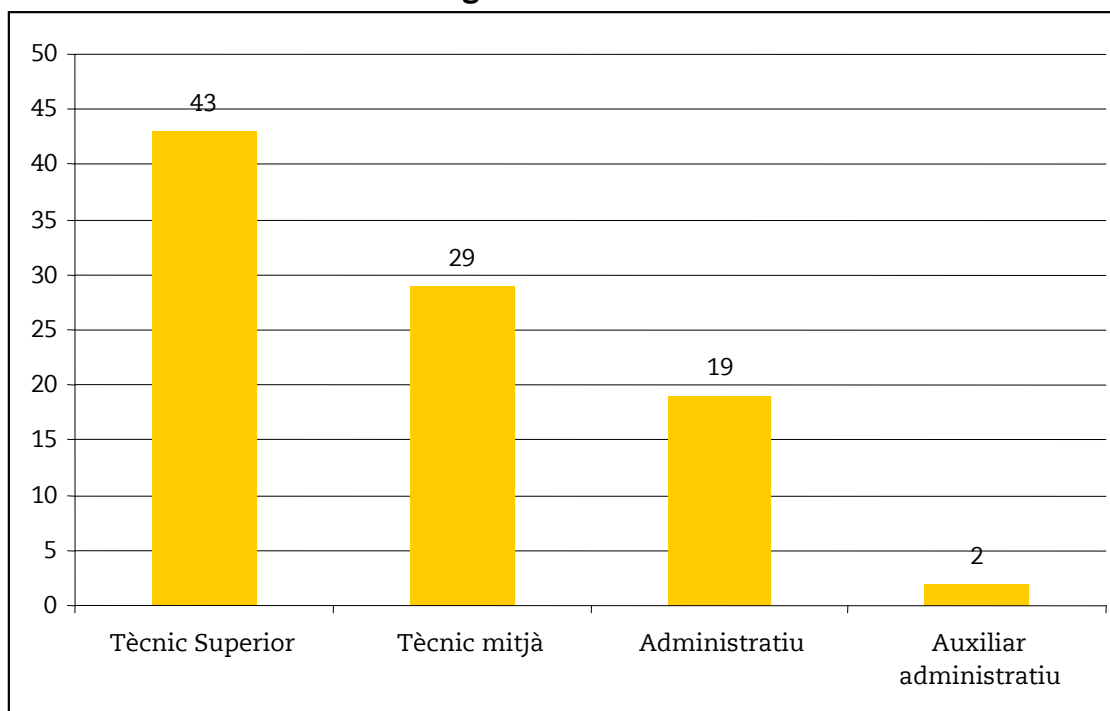
	Menys de 100	De 100 a 300	De 300 a 600	De 600 a 1.000	Més de 1.000	Total
1 pers.	25,0%	44,4%	22,2%	0,0%	8,3%	100%
2 pers.	13,3%	26,7%	23,3%	20,0%	16,7%	100%
3 pers.	7,7%	15,4%	23,1%	15,4%	38,5%	100%
4 pers.	0,0%	0,0%	20,0%	20,0%	60,0%	100%
5 pers.	0,0%	33,3%	0,0%	0,0%	66,7%	100%
6 pers.	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100%	100%
8 pers.	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100%	100%
12 pers.	0,0%	0,0%	100%	0,0%	0%	100%
14 pers.	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100%	100%

D'aquestes dues taules se'n desprèn l'existència de disfuncions en la relació entre reclamacions i el nombre de persones, que poden obeir a les diverses intervencions de les OMIC/OCIC en els seus àmbits competencials o a raons més profundes de càlcul sobre necessitats, sense que aquest sigui un camp en el qual el Síndic s'hagi de manifestar.

D'altra banda, no solament és important el fet de disposar d'un nombre suficient de recursos humans per atendre l'oficina de consum, sinó que la qualificació i la formació d'aquest personal és també molt important per garantir un nivell elevat de qualitat en la prestació del servei de consum, raó per la qual els ajuntaments i consells comarcals han d'esmerçar també els esforços que calguin per garantir també l'adequació del personal, des del punt de vista de la seva qualificació professional i formació, al compliment de les funcions de consum que tingui encomanades.

Si analitzem el gràfic 39 constatem, no obstant això, que si bé en la majoria d'OMIC i OCIC el nivell més alt de categoria professional que hi ha és el de tècnic superior o tècnic mitjà, podem apreciar també que en un nombre força elevat d'oficines, concretament 21, la categoria professional més elevada que trobem és la del personal administratiu, sense que hi hagi cap persona de la plantilla laboral destinada a l'oficina de consum d'una categoria professional superior.

Gràfic 39. Nivell més alt de categoria a les OMIC i OCIC



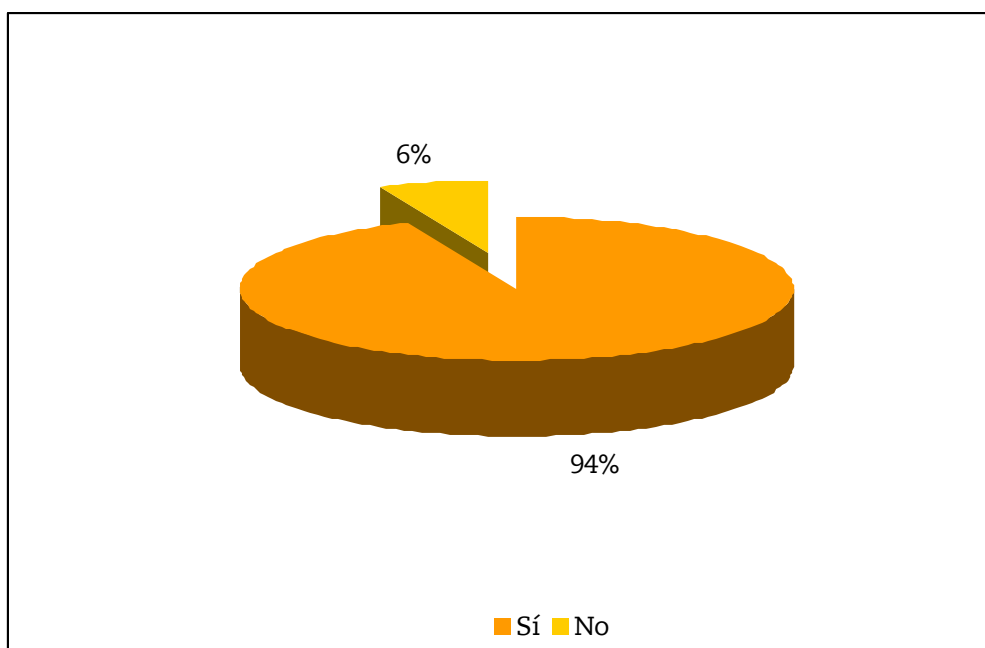
A més, la taula 13, en què el nivell més alt de categoria es diferencia segons si es tracta d'una OMIC o d'una OCIC, reflecteix que les oficines de consum on el nivell més alt de categoria professional del personal és el d'administratiu són, sobretot, les oficines locals; i és en aquest l'àmbit en el qual, presumiblement, hi pot haver una certa inadequació entre la categoria del personal i el contingut d'algunes de les tasques de consum que aquest personal ha d'acomplir.

Taula 13. Nivell més alt de categoria a les OMIC i OCIC

	Ajuntament	Consell comarcal
Tècnic/a superior	41,3%	56,7%
Tècnic/a mitjà	28,6%	36,7%
Administratiu	27,0%	6,7%
Auxiliar administratiu/iva	3,2%	0,0%
Total	100%	100%

Finalment, no podem deixar de constatar l'elevadíssim nivell de formació en matèria de consum que les OMIC i OCIC enquestades han manifestat que reben, tal com mostra el gràfic 40.

Gràfic 40. El personal de les OMIC-OCIC rep formació específica en matèria de consum



Sobre això val a dir que, amb independència de quina sigui la formació professional del personal que atén l'oficina de consum, el que és absolutament imprescindible és que aquest personal tingui una formació adequada i permanent en matèria de consum. No oblidem que una de les funcions principals de les oficines de consum és informar el ciutadà, que difícilment la podrà complir el personal responsable de l'oficina si prèviament no ha rebut la formació necessària, que, a més, en un àmbit com el de consum, que abasta una gran pluralitat de matèries que es veuen afectades per constants canvis legislatius, té una importància especial.

4.3. Recursos econòmics

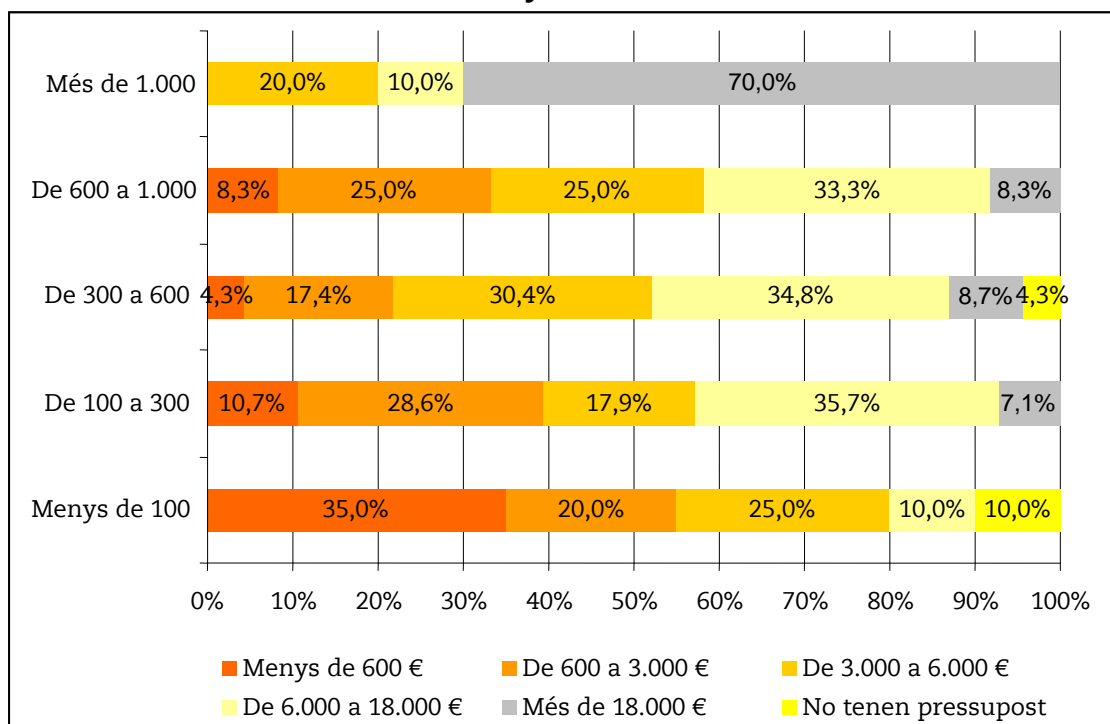
El que pretén aquest apartat és analitzar, de forma general, quins són els recursos econòmics de què disposen les OMIC i les OCIC per prestar el servei de consum, i quin és l'origen d'aquests recursos, sobretot en vista de la queixa que, de forma bastant habitual, ens han fet arribar aquestes oficines sobre la dificultat que tenen per prestar el servei perquè no disposen dels recursos materials i personals necessaris.

Tot i així, una valoració sobre la suficiència o no dels recursos econòmics de què disposen les oficines de consum per prestar les funcions que tenen encomanades hauria requerit una auditoria i una anàlisi individualitzades de cada situació concreta que permetés extreure'n les conclusions oportunes, la qual cosa no s'ha dut a terme, atès que no era la finalitat d'aquest treball.

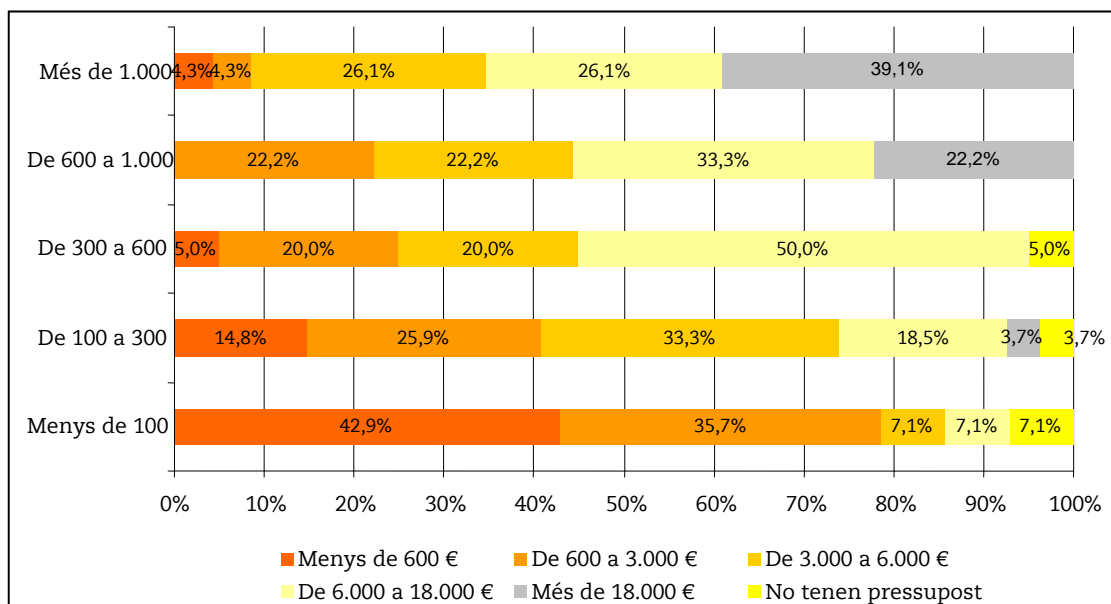
Si més no les dades generals que hem obtingut sobre aquesta qüestió a partir de les enquestes que han emplenat les OMIC i OCIC ens han permès d'aproximar-nos a la realitat d'aquestes oficines des del punt de vista econòmic, segons ho analitzem més endavant.

El fet que una oficina local o comarcal de consum disposi de més o menys pressupost no té a veure únicament amb el volum de reclamacions i consultes que atén aquesta oficina, ja que pot tenir encomanada la prestació d'altres funcions de consum que també requereixen la necessitat de disposar d'un pressupost suficient.

Gràfic 41. Nombre de reclamacions rebudes en funció del pressupost destinat en matèria de consum l'any



Gràfic 42. Nombre de consultes rebudes l'any segons el pressupost destinat a consum



4.3.1. Finançament propi

Tal com hem pogut constatar anteriorment a l'hora de valorar els recursos humans de què disposen les OMIC i les OCIC per prestar el servei públic de consum, l'existència de realitats d'oficines de consum molt heterogènies a Catalunya fa que quan es tracta de valorar els recursos econòmics propis que els ajuntaments i consells comarcals, segons el cas, destinen al manteniment i la potenciació del servei de consum, hi hagi situacions molt diverses, segons reflecteix la taula 14.

Taula 14. Pressupost destinat a consum en funció del tipus d'administració

	OMIC	OCIC
Menys de 600€	17,5%	3,3%
De 600 a 3000€	12,7%	36,7%
De 3.000 a 6.000€	25,4%	20,0%
De 6.000 a 18.000€	25,4%	30,0%
Més de 18.000 €	17,5%	3,3%
No tenen pressupost /no ho contesten	1,6%	6,7%
Total	100%	100%

Aquesta taula, que inclou exclusivament les partides del capítol IV i, per tant, ni salaris, ni immobles, ni lloguers, mostra que la majoria d'OMIC han afirmat que destinen un pressupost anual al manteniment dels serveis de consum de 3.000 a 18.000 €, sens perjudici que el nombre de municipis que en destinen menys de 600 € (el 17'5%), els que en destinen de 600 a 3000 € (12'7%) i els que en destinen més de 18.000 € (el 17'5%) són també força elevats.

En el cas dels consells comarcals, veiem també que si bé la majoria (el 36'7%) ha manifestat que el pressupost anual que destina al servei de consum és de 600 a 3.000 €, igualment hi ha un percentatge important de consells comarcals que destinen un pressupost propi anual de 6.000 a 18.000 € (el 30%), i de 3.000 a 6.000 € (el 20%).

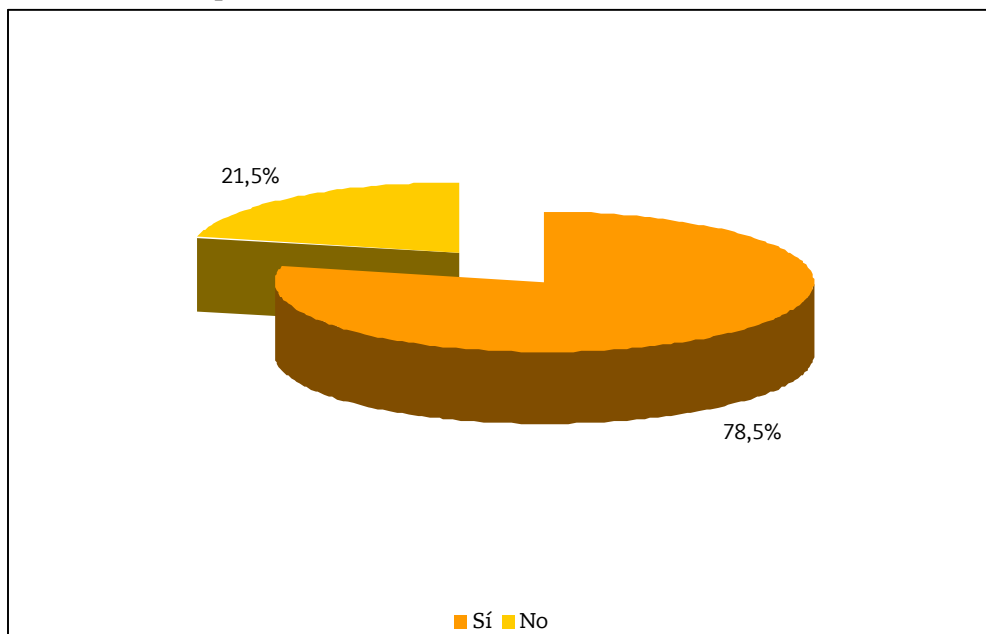
Així, com que hi ha una gran diversitat d'oficines de consum arreu de Catalunya amb característiques molt diferents, que encara s'accentua més en el cas de les oficines municipals de consum, tampoc no hi ha un únic criteri pel que fa al finançament d'aquestes oficines per les administracions públiques que en són titulars.

Aquesta institució ha de recomanar, respecte del finançament propi de les oficines de consum és la necessitat, que els ajuntaments i consells comarcals hi destinin els recursos econòmics que calguin, no solament per mantenir el servei de consum local o comarcal, sinó també per potenciar-lo amb vocació de permanència en el temps com a servei públic, i sempre d'acord amb les pròpies característiques i necessitats de l'oficina de consum de què es tracti.

4.3.2. Finançament aliè

Tal com es pot comprovar en el gràfic 43, un percentatge molt elevat de les oficines de consum enquestades (el 78'5%, és a dir, 73 casos) ha indicat que percep algun tipus de subvenció per part d'alguna altra administració, la qual cosa denota que, amb caràcter general, les oficines locals i comarcals de consum que hi ha arreu de Catalunya tenen una forta dependència econòmica respecte d'altres administracions públiques que els ofereixen suport econòmic.

Gràfic 43. Recepció d'una subvenció



Pel que fa a l'origen de les subvencions que perceben les oficines de consum, comprovem fàcilment, tal com reflecteix la taula 18, que totes les oficines comarcals d'informació al consumidor que han afirmat rebre una subvenció, l'han rebuda de la Generalitat de Catalunya.

Si analitzem les darreres bases aprovades pel Departament d'Economia i Finances, mitjançant l'Ordre ECF/293/2007, de 12 de juliol, per a la concessió de subvencions als consells comarcals en matèria d'informació i defensa dels consumidors i usuaris, constatem que els criteris que té en compte la Generalitat de Catalunya a l'hora de valorar les sol·licituds de subvenció es refereixen a les activitats que porta a terme l'oficina de consum, el nombre total de consumidors atesos, el nombre de reclamacions, denúncies i mediacions tramitades, el pressupost de l'entitat en matèria de consum i l'horari de funcionament de l'oficina.

Quant a les activitats subvencionables, les bases estableixen, amb caràcter preferent, l'ordre de prelación següent: a) actuacions de col·laboració amb organitzacions de consumidors; b) activitats d'informació, orientació i assistència tècnica als consumidors i usuaris; c) la gestió de mediacions; d) altres actuacions d'interès amb relació a la protecció i la defensa dels consumidors i usuaris. Amb caràcter complementari, les bases estableixen la possibilitat de subvencionar també les despeses de funcionament general de les oficines.

Així mateix, les bases determinen que l'import de les subvencions serà com a màxim del 50% del total pressupostat.

Finalment, cal esmentar que les bases aprovades per la Generalitat de Catalunya estableixen quines oficines poden ser beneficiàries de les subvencions, i disposen que aquestes han de complir una sèrie de condicions, com ara estar obertes al públic i disposar d'un rètol enunciatiu que identifiqui de forma clara l'oficina, facilitar informació als consumidors i usuaris consultants sobre els seus drets i la forma d'exercir-los, i atendre les reclamacions, consultes i denúncies dels consumidors i usuaris.

D'altra banda, les subvencions que han rebut les OMIC han vingut en gairebé el 100% dels casos d'una diputació provincial. Com que no tenim constància que altres diputacions provincials diferents de la de Barcelona ofereixin ajuts econòmics per a la creació, el manteniment i la potenciació dels serveis de consum locals, cal entendre que parlem, doncs, únicament i exclusivament de la Diputació de Barcelona.

Si analitzem els ajuts econòmics que concedeix la Diputació de Barcelona, podem distingir-ne dos tipus.

En primer lloc, un suport econòmic destinat a la creació de serveis municipals de defensa dels consumidors, adreçat als ajuntaments de la província de Barcelona que no disposin d'aquests serveis o que faci menys de tres anys que els hagin constituït.

La previsió pressupostària de què disposa la Diputació de Barcelona per a enguany per atorgar aquests ajuts econòmics es distribueix, en un 70%,

segons la complexitat estructural de cada servei, i el 30% restant, segons la població del municipi sol·licitant de la subvenció.

En segon lloc, la Diputació de Barcelona també ofereix suport econòmic per mantenir els serveis municipals de defensa dels consumidors ja existents. Aquest suport va adreçat a tots els ajuntaments de la província de Barcelona que disposin d'aquests serveis i que, a més, hagin subscrit el conveni d'adhesió a la Xarxa Local de Consum, que és l'agrupació voluntària de municipis, sense personalitat jurídica pròpia, constituïda pels diversos serveis de defensa dels consumidors de la província de Barcelona que va néixer a proposta i amb el suport de la Diputació de Barcelona, i que té per finalitat promoure una actuació coordinada entre aquests serveis de consum i garantir que aquests comparteixin iniciatives, objectius i mitjans.

La previsió pressupostària que disposa la Diputació de Barcelona per oferir aquest suport econòmic per mantenir els serveis de consum locals per a l'any 2008 es distribueix de la manera següent: el 40%, de forma uniforme entre tots els sol·licitants, amb una quantitat mínima de 4.000 €, el 15%, en funció de la població i la complexitat estructural del servei i el 45% restant, segons les activitats que els serveis municipals portin a terme amb recursos propis.

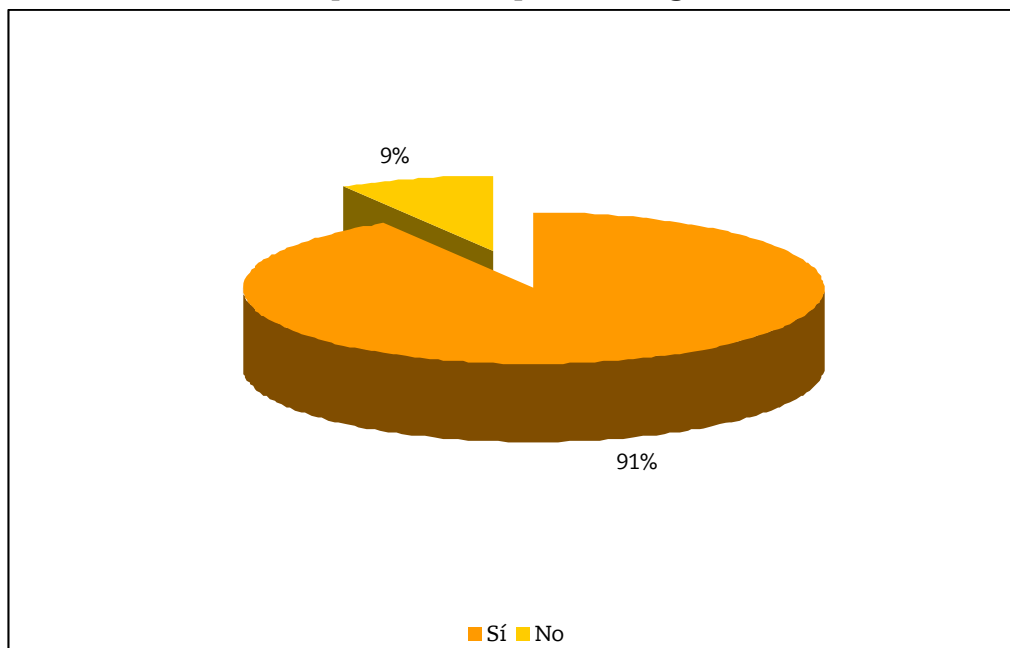
Taula 15. Concessió de la subvenció segons el tipus d'administració

	OMIC	OCIC
Diputació	44 97.8%	0 0,0%
Generalitat de Catalunya	0 0,0%	28 100,0%
Administració estatal	1 2,2%	0 0,0%
Total	100%	100%

4.4. Suport extern a les oficines

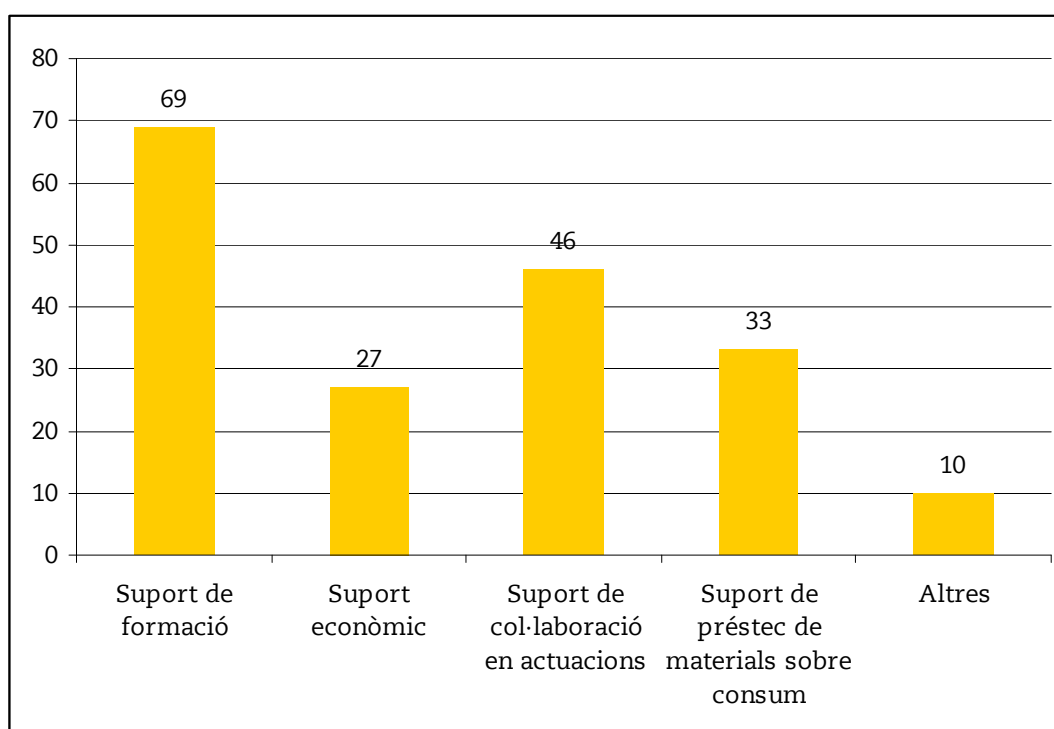
Novament, quan hem demanat a les OMIC i les OCIC que ens indiquin si reben suport extern, no solament econòmic, sinó d'altres tipus, el 91% de les oficines que han emplenat el qüestionari, han indicat que reben el suport de l'Agència Catalana del Consum, segons s'observa en el gràfic 44.

Gràfic 44. OMIC-OCIC que reben suport de l'Agència Catalana del Consum



El tipus de suport que les oficines de consum enquestades han afirmat que reben de l'Agència Catalana del Consum (gràfic 45) és força divers i fa referència tant al suport que l'Agència Catalana del Consum els ofereix pel que fa a la formació del personal que atén les oficines, gràcies als cursos i les jornades que de forma continuada organitza l'Agència, com a la col·laboració en actuacions diverses o, en un àmbit més logístic, de préstec de materials que permeten a les oficines de consum portar a terme campanyes d'informació i de sensibilització en matèria de consum.

Gràfic 45. Tipus de suport que es rep de l'Agència Catalana del Consum



4.5. Usuaris

En darrer lloc, cal fer referència als usuaris de les oficines locals i comarcals d'informació al consumidor.

En el qüestionari tramès a les diverses oficines de consum de Catalunya els demanàvem conèixer quin era el perfil de les persones que s'havien adreçat a l'oficina.

Si analitzem les dades obtingudes, hem de concloure que no hi ha un perfil determinat d'usuari de les oficines públiques de consum, atès que aquestes atenen tant homes com dones i d'edats ben diverses, la qual cosa coincideix amb el perfil de les persones que s'adrecen a la institució per tractar aquestes matèries.

5. CONCLUSIONS

L'anàlisi de les actuacions del Síndic en matèria de consum al llarg dels anys 2006 i 2007, i el contrast d'aquesta anàlisi amb l'enquesta tramesa a les diverses administracions locals que operen en aquest camp, ens permeten observar les línies comunes que es deriven dels suggeriments de la institució del Síndic i les necessitats que aquestes administracions han posat de manifest. Fruit d'això són les conclusions següents:

1. El creixement de les actuacions en matèria de consum al Síndic en els darrers anys és una constant. Les queixes han crescut un 50% més que la mitjana del creixement del conjunt de la institució, i les consultes en una proporció encara més alta.
2. Els ciutadans cada cop tenen més consciència dels seus drets en l'àmbit del consum.
3. La indefinició i la variabilitat de funcions de les OMIC són algunes de les causes fonamentals de la percepció equívoca que els usuaris tenen d'aquestes administracions.
4. Les queixes referides al funcionament de les administracions en defensa dels consumidors és proporcional al nombre d'habitants de cada municipi o comarca.
5. Cal una millor definició dels ens que protegeixen els drets de consumidors i usuaris, sense menystenir l'autonomia municipal.
6. La majoria de les queixes derivades del malestar dels ciutadans pel que consideren una inactivitat de les oficines de consum finalitza per manca d'irregularitat, la qual cosa ens indica que normalment la raó de la queixa no rau en l'actitud de l'oficina, sinó en el marc competencial que tenen.
7. La voluntarietat en l'adhesió de les empreses al sistema d'arbitratge genera molta confusió i desencís entre els usuaris de les oficines d'informació als consumidors.

8. Els sectors que generen més intervenció del Síndic, amb posterioritat a les reclamacions presentades pels usuaris a les oficines de consum, són els de les telecomunicacions, les empreses i botigues i els transports.
9. El grau de coneixement de l'existència de les oficines comarcals de consum per part dels usuaris és molt millorable.
10. El servei d'atenció al consumidor no està configurat com un servei mínim de prestació obligada per part del municipi.
11. En molts ajuntaments no hi ha hagut una voluntat clara i decidida de crear el servei d'atenció al consumidor, sinó que aquest ha nascut de manera espontània, sovint lligat a altres serveis.
12. Els consells comarcals tendeixen a incloure el servei en l'àmbit de promoció econòmica, mentre que els ajuntaments l'engloben majoritàriament dins l'àrea de serveis personals.
13. Les oficines de consum requereixen un espai físic en condicions, accessible, i ben senyalitzat, que n'estimuli l'accés especialment pel que fa a la prevenció en les pràctiques de consum.
14. Més d'un 50% les oficines obren només en horari de matí, i són poques les que s'adapten a la realitat estacional, bàsicament derivada del turisme. La mitjana d'obertura al públic és de 26,23 hores/setmana.
15. Moltes oficines de consum han assumit funcions més enllà de les que estrictament determina la norma.
16. Un percentatge molt important d'oficines de consum duen a terme funcions en matèria d'educació al consum i sensibilització, i, encara que en un nombre més baix, funcions d'inspecció.
17. La manca d'un procediment reglat pel que fa al procediment de mediació de les oficines de consum, dona agilitat al sistema, encara que algunes vegades generi indefensió als ciutadans que s'hi adrecen.
18. Les queixes rebudes reflecteixen la voluntat ciutadana que les administracions siguin més contundents en els temes que impliquin infraccions en matèria de consum.
19. El termini mitjà de resolució d'expedients a les oficines de consum és d'entre un i tres mesos.
20. No s'ha regulat un mecanisme de notificació de resolucions de les oficines de consum, la qual cosa pot generar indefensió als ciutadans.
21. Els criteris divergents a l'hora d'admetre o no una reclamació, segons els domicilis de la part reclamant o objecte de reclamació, és una font de queixes constant.

22. S'aprecien disfuncions en les ràtios volum de reclamacions/personal de les oficines, de manera que no hi ha una relació unívoca entre ambdós paràmetres.
23. En moltes OMIC la categoria professional més elevada és la d'administratiu, amb independència que molts d'ells són titulats superiors.
24. No hi ha un criteri únic entre les administracions titulars del servei pel que fa al finançament de les oficines de consum.
25. Les oficines de consum tenen una forta dependència econòmica respecte d'altres administracions públiques que els ofereixen suport.
26. Les oficines locals de l'àrea de Barcelona reben suport de la Diputació de Barcelona, però no les de Girona, Lleida o Tarragona.
27. El reconeixement del paper de l'Agència Catalana de Consum, pel que fa a aspectes no financers, és alt en la majoria d'oficines de consum.

6. SUGGERIMENTS

Sobre les oficines

1. Cal fer un esforç de divulgació de les oficines comarcals de consum, ja que el desconeixement de la seva existència per part dels possibles usuaris és palpable.
2. El servei d'atenció al consumidor ha de tenir identitat pròpia. Els ajuntaments que optin per establir-lo ho han de fer com un acte de govern, definint clarament el servei i dotant-lo de prou recursos, tant personals com econòmics.
3. El legislador s'ha de plantejar la conveniència d'establir l'obligatorietat del servei en determinats tipus de municipis i, si s'escau, els mecanismes de finançament que ho faci possible.
4. Caldria impulsar i fomentar l'accessibilitat telemàtica a les oficines de consum, com una de les vies per superar els dèficits derivats d'un horari d'obertura al públic massa condicionat per l'horari de l'ajuntament.
5. Les oficines s'haurien d'adaptar a la realitat municipal pel que fa als horaris d'atenció al públic, circumstància que resulta especialment rellevant en el cas dels municipis turístics o amb una alta concentració d'espais de comerç.

Sobre les funcions

6. Caldria impulsar els canvis normatius necessaris perquè les oficines de consum assegurassin que l'atenció que reben els ciutadans a les

oficines comarcals i municipals d'arreu de Catalunya inclogués, com a mínim, les funcions d'informació i orientació al consumidor, la resolució de reclamacions per mediació i conciliació, i la tramesa de les denúncies a l'òrgan competent, sens perjudici de les funcions que en matèria sancionadora li poguessin correspondre a l'ens local, d'acord amb la legislació aplicable, o que li haguessin estat delegades.

7. Caldria crear un registre únic d'oficines d'informació al consumidor, accessible als ciutadans, de manera que fos possible verificar els mitjans assignats a cada oficina i el compliment dels requisits funcionals mínims que s'assenyalen en el punt anterior.

Sobre els procediments

8. Cal replantejar les funcions de les oficines de consum per fer possible una major participació en els mecanismes de resolució de conflictes alternatiu a la via judicial.
9. Caldria regular un procediment administratiu previ a la reclamació judicial, per mirar de resoldre les discrepàncies entre usuari i subministrador, que permetés superar els problemes derivats de la voluntarietat d'adhesió al sistema arbitral per part dels subministradors.
10. Cal dotar l'Administració de justícia dels mitjans i els procediments adequats per donar una resposta àgil i eficient als conflictes en matèria de consum, sovint de poca entitat econòmica.
11. Cal fomentar l'adhesió de particulars i empreses subministradores de béns i serveis al sistema arbitral com alternativa ràpida i eficaç al procediment judicial.
12. Un cop dictat el laude arbitral, les juntes arbitrals, directament o per mitjà de les oficines de consum, haurien de fer un seguiment del compliment.
13. Caldria regular unes pautes mínimes relacionades amb el procediment de mediació de les oficines de consum, de manera que assegurin la defensa dels drets, sense perdre, però, la rapidesa i l'agilitat que la situació actual, no regulada, genera en la majoria de casos.
14. Caldria establir uns mínims normatius sobre admissibilitat de reclamacions per part de les oficines de consum, en funció dels domicilis de la part reclamant i objecte de reclamació.
15. Aquests criteris comuns, juntament amb l'establiment d'unes funcions i recursos mínims, haurien de garantir que l'atenció que reben els ciutadans a les oficines de consum fos homologable a tot Catalunya.
16. Les oficines de consum haurien de tramitar i procurar resoldre les reclamacions que els presentin els veïns del municipi o comarca corresponent, i les que afectin empreses radicades dins el seu àmbit territorial, independentment del domicili del reclamant.

17. El domicili de l'empresa només hauria d'actuar de manera subsidiària en relació amb el domicili del reclamant, de manera que s'activés només en els casos en què el reclamant no fos veí del municipi o comarca on presenta la reclamació.
18. A banda dels mètodes que emprin habitualment per notificar les resolucions, cal que les oficines ho facin de manera escrita i deixant-ne constància, com a millor garantia dels drets dels consumidors.
19. La comunicació verbal de les resolucions, a banda de l'escrita, permet que l'usuari entengui millor l'abast de la resolució i, per tant, és interessant que se'n promogui l'ús.

Sobre la prevenció, la inspecció i les sancions

20. Les oficines de consum han de promoure xerrades, explicacions, campanyes informatives adreçades a comerços i consumidors per coadjuvar a una millor formació i educació en l'àmbit del consum i fer prevenció en matèria de drets dels consumidors.
21. Cal dotar de més recursos les administracions perquè intervinguin amb més contundència quan un comportament impliqui una conducta susceptible de constituir una infracció en matèria de consum.
22. La col·laboració entre administracions pel que fa a les tasques inspectores hauria de ser una constant en l'àmbit del consum.
23. Cal esmerçar més esforços de formació entre el personal que forma part de les oficines. La formació, per ser eficaç, ha de ser continuada i d'un abast temàtic ampli.
24. Caldria aclarir els aspectes de la Llei 23/2003, de 10 de juliol, de garanties en la venda de béns de consum que han generat confusió, com ara determinar quan el consumidor té dret a la substitució del producte i no solament a la reparació.

Sobre finançament

25. En els pressupostos dels ajuntaments i consells comarcals cal establir les disposicions necessàries perquè les oficines de consum rebin un finançament suficient i propi d'un servei públic amb vocació de permanència en el temps.
26. Les diputacions provincials de Girona, Lleida i Tarragona haurien de preveure la manera de coadjuvar a l'existència d'oficines locals de consum amb suficiència financera.
27. Cal un ampli acord entre Govern i les entitats municipalistes per establir uns mecanismes clars i transparents de finançament de les oficines de consum, i evitar compartiments estancs i dualitats no desitjables (Govern/comarques; Diputació/ajuntaments).

ANNEX 1. Qüestionari de l'enquesta a les oficines del consumidor

ENQUESTA OMIC

Data:
Municipi:
Nom, cognoms i càrrec de la persona que emplena l'enquesta

1. Data de creació/posada en funcionament de l'OMIC.....

2. Regidoria/àrea de la qual depèn l'OMIC.....
.....

3. L'OMIC està ubicada a:

- La seu principal de l'Ajuntament
- Altres dependències municipals
- Edifici aliè (de lloguer, cessió, etc.)
- Altres:

.....

4. Considera que l'OMIC es troba en un lloc clarament visible i d'afluència de pas? sí no

5. L'horari d'atenció al públic de l'OMIC és: *(la majoria d'oficines van contestar concretant els dies concrets, sense subjectar-se a les franges proposades a la pregunta)*

- 1 dia a la setmana
- 2 o 3 dies a la setmana
- diari

En la franja de :

- matí
- tarda
- matí i tarda

Nombre d'hores a la setmana en què l'OMIC és oberta al públic:

6. L'OMIC porta a terme les següents funcions?

- sí no Trasllet de reclamacions a l'empresa/establiment objecte de reclamació
- sí no Procediments de resolució de conflictes alternatius a la via judicial (mediacions, conciliacions...)
- sí no Informació al consumidor (presencial, telefònica...)
- sí no Educació al consumidor (activitats a escoles, tallers...)
- sí no Campanyes publicitàries i de sensibilització en matèria de consum.

En cas afirmatiu, mitjançant:

- sí no Tríptics
- sí no Butlletí/revista municipal
- sí no Publicació pròpia (revista/diari) en matèria de consum
- sí no Actes, fires, festes populars
- sí no Campanyes informatives per a sectors comercials i empresarials

- sí no Xerrades informatives, conferències
- sí no Exposicions
- sí no Ràdio/televisió municipal
- sí no Web municipal

Altres.....

- sí no Trasllet de denúncies a organismes i administracions competents
- sí no Tasques d'inspecció i sanció

Altres.....

7. Personal que presta els seus serveis a l'OMIC:

Nombre total de persones: de les quals, persones a dedicació completa ipersones a dedicació parcial.

Categoria professional del personal:

.....
.....
.....

8. El personal de l'OMIC rep formació específica en matèria de consum

(cursos, seminaris, etc.)? Sí No

9. Pressupost municipal anual destinat als serveis de consum

- Menys de 600 €
- De 600 a 3.000 €
- De 3.000 a 6.000 €
- De 6.000 a 18.000 €
- Més de 18.000 €

Observacions.....
.....

10. Ha rebut algun tipus de subvenció durant els dos darrers anys per impulsar i potenciar els serveis de consum o, en general, per dur a terme tasques en matèria de consum?

- Sí
- No

En cas afirmatiu, la subvenció ha estat concedida per:

- Diputació provincial
- Generalitat de Catalunya

- Administració estatal
- Administració europea
- Altres:

11. Rep algun tipus de suport de l'Agència Catalana del Consum?

- No
- Sí

En cas afirmatiu, el suport és:

- de formació
- econòmic
- col·laboració en actuacions
- préstec de materials sobre consum
- altres.....

12. Nombre de reclamacions rebudes el darrer any:

- menys de 100
- De 100 a 300
- de 300 a 600
- de 600 a 1.000
- més de 1.000

13. Termini mitjà de resolució de les reclamacions (ja sigui en sentit positiu o negatiu):

- menys d'un mes
- d'un mes a tres mesos
- de tres a sis mesos
- més de sis mesos

14. Nombre de consultes ateses el darrer any:

- menys de 100
- De 100 a 300
- de 300 a 600
- de 600 a 1.000
- més de 1.000

15. Quins són els tres sectors/àmbits de consum que han generat més consultes i reclamacions el darrer any?.....

16. Els usuaris dels serveis de l'OMIC són en la majoria dels casos:

- homes
- dones
- Tant homes com dones

I, per edat, podríem dir que, en la majoria dels casos, els usuaris de l'OMIC són:

- joves
- gent gran
- d'edats diverses

17. L'OMIC atén les consultes i tramita les reclamacions que se li presenten quan:

- el consumidor té el seu domicili al municipi
- el consumidor és d'un municipi proper que no disposa d'OMIC
- l'empresa/establiment comercial té el seu domicili social al municipi
- altres criteris:

18. Quin és el mitjà més habitual pel qual l'OMIC comunica a l'interessat la resolució final de la reclamació presentada?

- per telèfon
- per correu electrònic
- per correu ordinari
- per correu certificat
- presencialment
- altres:

19. Té algun comentari o observació que ens vulgui posar de manifest?

.....
.....
.....

Annex 2.- Fitxa resum dels aspectes organitzatius de l'enquesta

Títol	Enquesta sobre la situació de les OMIC – OCIC
Periodicitat	No aplica
Format d'administració	Suport paper
Modalitat de distribució	Correu postal
Modalitat de devolució	Correu postal, fax
Introducció de les respostes als qüestionaris	Personal de les OMIC – OCIC
Introducció de les dades al programari	Personal del Síndic de Greuges
Programari utilitzat	SPSS 15.0
Sol·licitud de dades personals	No

Font: elaboració pròpia

No obstant això, cal assenyalar, pel que fa a la introducció de respostes als qüestionaris, que el tipus de personal que ha contestat l'enquesta ha variat entre les diverses oficines. Així, tot i que la majoria de les persones que han contestat el qüestionari han estat els caps de servei o els responsables de les oficines, també hi ha hagut casos en què l'han respost regidors, tècnics i personal administratiu (especialment als municipis amb menys nombre d'habitants).

