



# ENCUESTA DE SATISFACCIÓN SOBRE LAS ACTIVIDADES DEL SERVICIO DE INSPECCIÓN DE CONSUMO

Madrid, Junio de 2016



área de gobierno de salud, seguridad y emergencias  
instituto municipal de consumo

**MADRID**

## ÍNDICE

1. Objeto y alcance del estudio .....	3
2. Introducción a la ficha técnica .....	5
3. Resultado de las encuestas .....	6
3.1. Inspección de Consumo .....	6
3.2. Procedimiento Sancionador .....	21
3.3. Oficina de Investigación de Consumo .....	35
3.3.1 <i>Resultados de la entrevista telefónica a consumidores</i> .....	35
3.3.2 <i>Resultados de las entrevistas telefónicas a empresas reclamadas por los consumidores</i> .....	54
4. Indicadores Globales .....	72
4.1. Valor medio de satisfacción del cliente en la Inspección de Consumo (VSIC) .....	72
4.2. Valor medio de satisfacción del cliente en el Procedimiento Sancionador (VSPS).....	74
4.3. Valor medio de satisfacción del cliente con la Oficina de Investigación de Consumo (VSOIC) .....	76
4.4. Índice de Satisfacción del Cliente (ISC) .....	78
5. Conclusiones.....	80
5.1 Fortalezas .....	80
5.2 Áreas de mejora .....	81
5.2.1 Inspección.....	81
5.2.2 Procedimiento sancionador .....	81
5.2.3 Oficina de Investigación de Consumo .....	81
5.3 Propuestas.....	82
5.3.1 Inspección.....	82
5.3.2 Procedimiento sancionador .....	82
5.3.3 Oficina de Investigación de Consumo .....	84
6. Anexo.....	86
6.1 Ficha Técnica .....	86
6.2 Cuestionarios.....	88

---

## 1. Objeto y alcance del estudio

Este estudio se ha confeccionado para poder dar respuesta a la necesidad, cada vez mayor, tanto del aseguramiento de la calidad del servicio prestado como la mejora continua, a través del tiempo. El Servicio de Inspección del Consumo del Área de Gobierno de Salud, Seguridad y Emergencias del Ayuntamiento de Madrid lleva a cabo la actividad de vigilancia y control sobre bienes y servicios destinados a los consumidores, con el fin de comprobar su adecuación a la legislación vigente y proteger los derechos de los consumidores.

Anualmente se viene elaborando un Plan de Inspección en el que se recoge la programación de la actividad Inspectoral que se va a realizar durante el año siguiente, que constituye un elemento básico para que los Inspectores de Consumo desarrollen, de forma eficaz y coordinada, el control del mercado en la ciudad de Madrid.

El Servicio de Inspección del Consumo (SIC) tiene, entre sus prioridades, la mejora continua de su labor y el alcanzar la plena satisfacción de sus clientes.

Para lograr los objetivos mencionados anteriormente, el Servicio realiza, con una periodicidad bienal, un estudio sobre la percepción que tanto las empresas como los consumidores que han presentado alguna reclamación tienen sobre las actividades que presta el Servicio de Inspección de Consumo del Ayuntamiento de Madrid.

El Servicio de Inspección del Consumo enfoca su actividad hacia dos colectivos: por un lado, estaría el de los propietarios de los comercios o establecimientos inspeccionados, bien como consecuencia de campañas programadas, denuncias, redes de alerta, comprobación de expedientes sancionadores u otras actuaciones no programadas. Y, por otro lado, los consumidores que, a lo largo del año 2015, interpusieron algún tipo de reclamación a una empresa y que ésta haya sido gestionada por la Oficina Municipal de Investigación de Consumo (OIC).

El fin de este informe es analizar los resultados obtenidos en las encuestas de satisfacción realizadas por TEyS. Mediante dicho análisis, se pueden establecer las fortalezas y áreas de mejora detectadas, de acuerdo, por un lado, con la percepción de los propietarios o encargados de los establecimientos bien inspeccionados, sancionados o reclamados por los consumidores y, por otro, el de los consumidores que presentaron alguna reclamación.

---

Fruto de esta investigación, se ha obtenido la siguiente información relevante:

El **nivel de satisfacción** de los propietarios de los establecimientos y consumidores con los principales aspectos que describen las actividades del Servicio de Inspección de Consumo (Inspección, Procedimiento Sancionador e Investigación de Consumo). A su vez se ha obtenido una **información cualitativa** sobre las observaciones, sugerencias o expectativas de los propietarios de los establecimientos y consumidores relacionados con el Servicio y, fruto del análisis de los datos obtenidos, se han identificado unas **fortalezas y áreas de mejora**.

## 2. Introducción a la ficha técnica

La información detallada sobre la ficha técnica se puede consultar en el Anexo.

En cuanto a las muestras obtenidas en las diferentes encuestas realizadas, si bien los márgenes de error aparentan ser más elevados de lo habitual (+/-5%), esto es debido, en gran parte, a disponer de un universo de trabajo muy reducido.

El universo reducido implica tener que alcanzar un porcentaje de recogida muy elevado, casi censal, para poder lograr un escaso margen de error.

### 3. Resultado de las encuestas

A continuación se analizarán los resultados obtenidos en las encuestas a los propietarios de los establecimientos. Dichas encuestas fueron realizadas mediante un sistema CATI, esto es, de manera telefónica, asistida por ordenador.

Las personas consultadas fueron el propietario del establecimiento y, en el caso de no haber sido posible, el encargado del establecimiento.

#### 3.1. Inspección de Consumo

En este apartado se analizarán los resultados obtenidos tras la realización de las entrevistas.

##### **Pregunta P.1.** ¿Cómo valora el trato del inspector en la última Inspección de Consumo?

Del total de locales inspeccionados, el 92,1% indicó haber tenido un trato “muy bueno” o “bueno”, por parte del Inspector. Tan sólo el 3,6% de las empresas inspeccionadas que fueron entrevistadas consideraron que el trato del inspector había sido malo o muy malo.

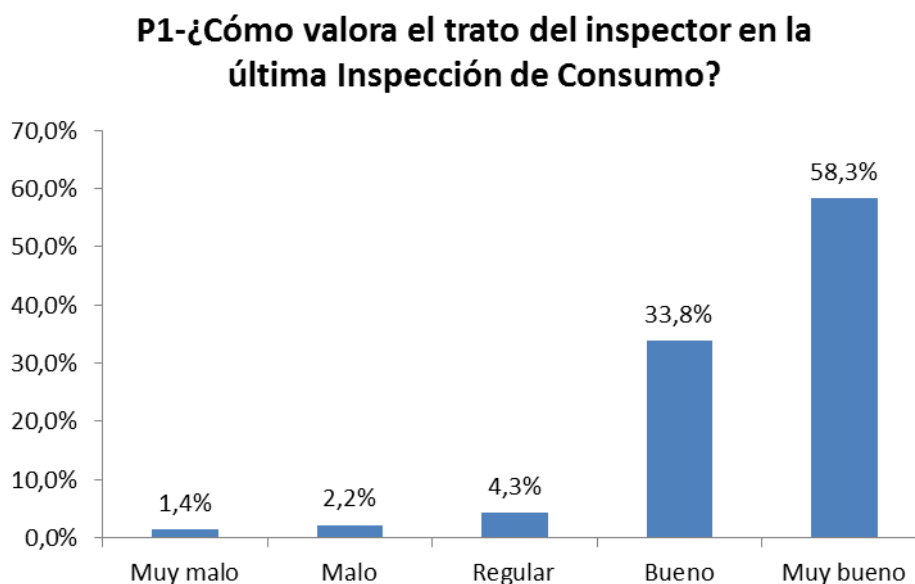


Fig.1: Valoración trato del inspector año 2016; Base: 139

En promedio, la valoración del trato del Inspector alcanza un valor de 4,45, superior a la obtenida durante el año 2014 (4,15).



Fig. 2: Valoración trato del inspector; Base respuestas: 2012, 2010 y 2007, 250; 2008, 252 ; 2014, 171 y 2016, 139.

En términos comparativos con el año 2014, existe un alto incremento del porcentaje de entrevistados pertenecientes a empresas inspeccionadas que considera que el trato del inspector fue “muy bueno”, pasando del 23,8% al 58,3%.

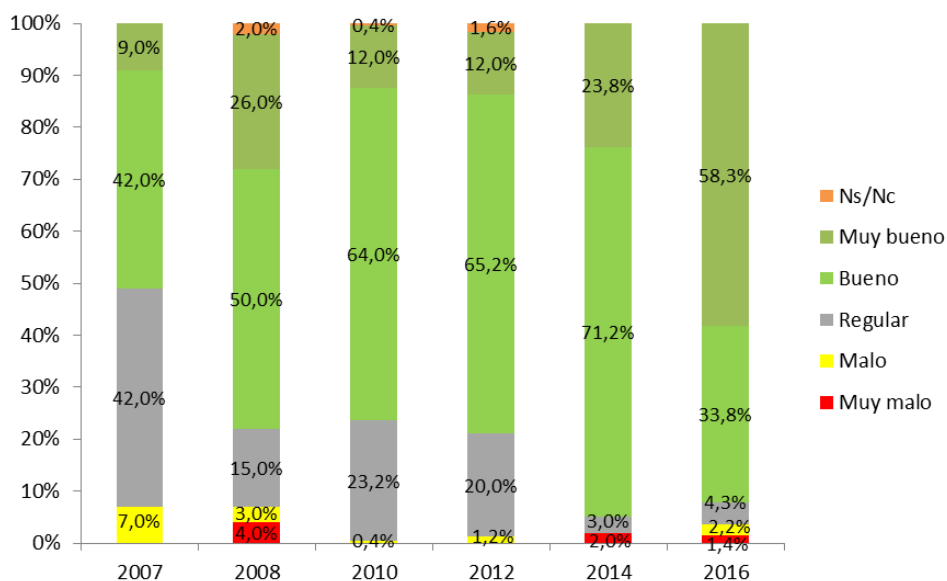


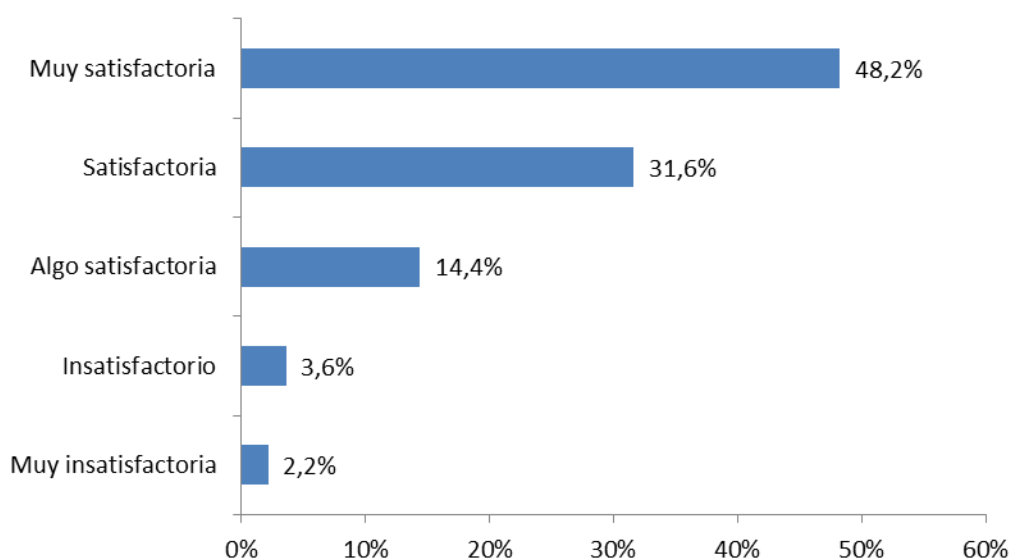
Fig. 3: Valoración trato del Inspector. Base respuestas: 2012, 2010 y 2007, 250. 2008, 252 , 2014, 171 y 2016, 139.

---

**Pregunta P.2. ¿Cómo valora la información proporcionada sobre el motivo de la Inspección?**

---

La información proporcionada por el inspector sobre el motivo de la inspección se ha considerado “muy satisfactoria” o “satisfactoria” en el 79,9% de los casos. Sólo el 2,2% de los entrevistados muestra una disconformidad con la información proporcionada sobre el motivo de la Inspección.

**P2-¿Cómo valora la información proporcionada sobre el motivo de la inspección?**

**Fig. 4 Valoración información motivo de la Inspección. Año 2016; Base: 139**

Como ocurría en el año 2014, queda patente el esfuerzo realizado por el Servicio de Inspección del Consumo, a la hora de proporcionar más y mejor información respecto a los motivos por los que los establecimientos comerciales son inspeccionados, esfuerzo que los propietarios y encargados reconocen manifestando una alta tasa de respuestas positivas (“satisfactoria” o “muy satisfactoria”).

Se aprecia una evolución muy positiva de la valoración a lo largo de los últimos años. Como puede apreciarse, la valoración de la información facilitada sobre el motivo de Inspección aumenta positivamente en 2016 hasta el 4,18, manteniendo una tendencia continuada al alza desde el año 2007.



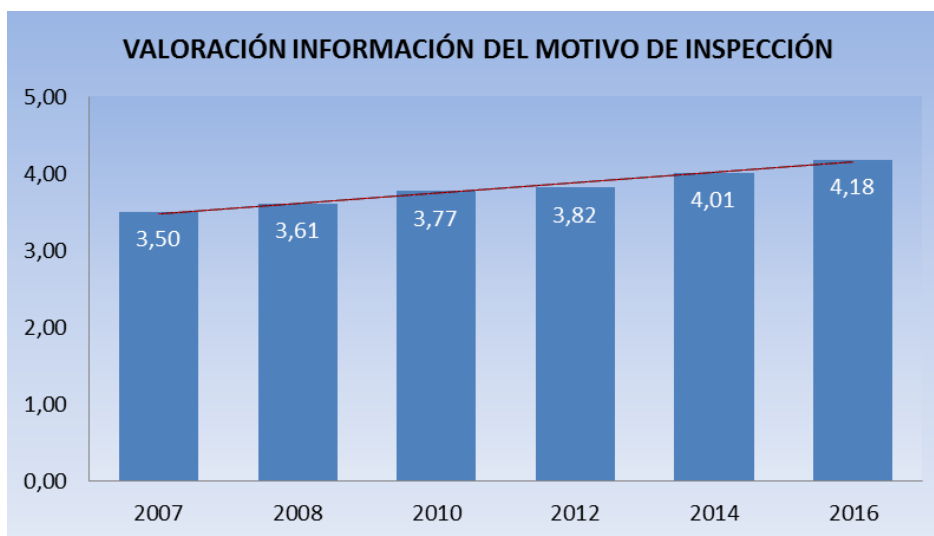


Fig. 5: Valoración información motivo de la Inspección. Base: 2012, 2010 y 2007, 250; 2008, 253; 2014, 171 y 2016, 139.

En 2016 se incrementa el número de encuestados que consideran la información como “muy satisfactoria”; representan un 48,2%, frente al 14,9% del año 2014, por lo que se puede concluir que hay una evolución positiva en la valoración de la información sobre el motivo de la Inspección que el Servicio de Inspección del Consumo, ya que ha pasado parte de los que consideraban la información como “satisfactoria” a ser “muy satisfactoria”.

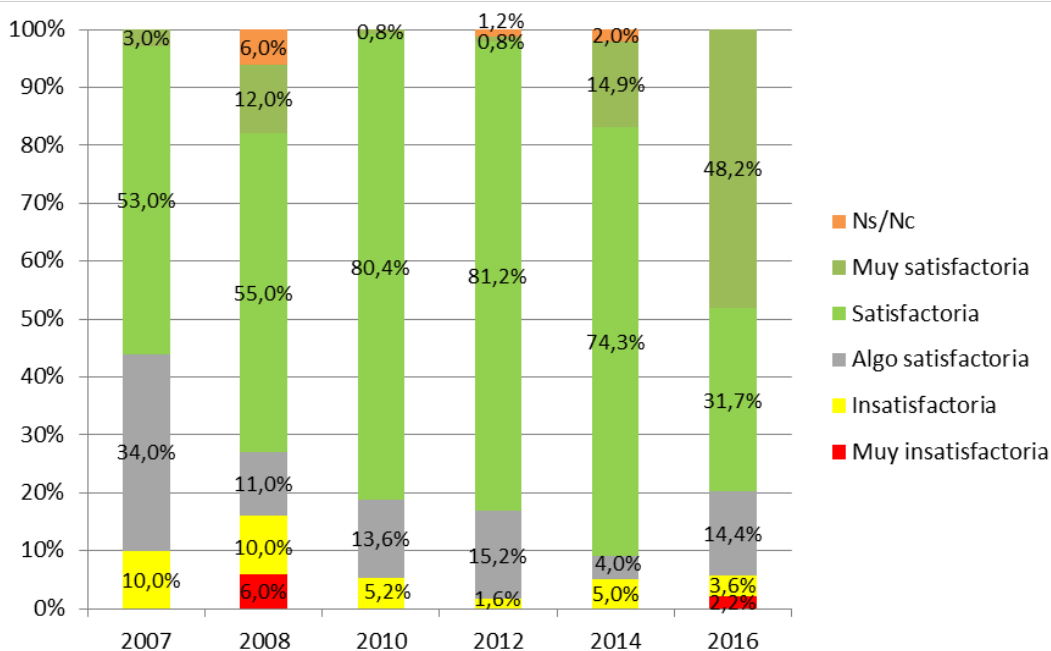
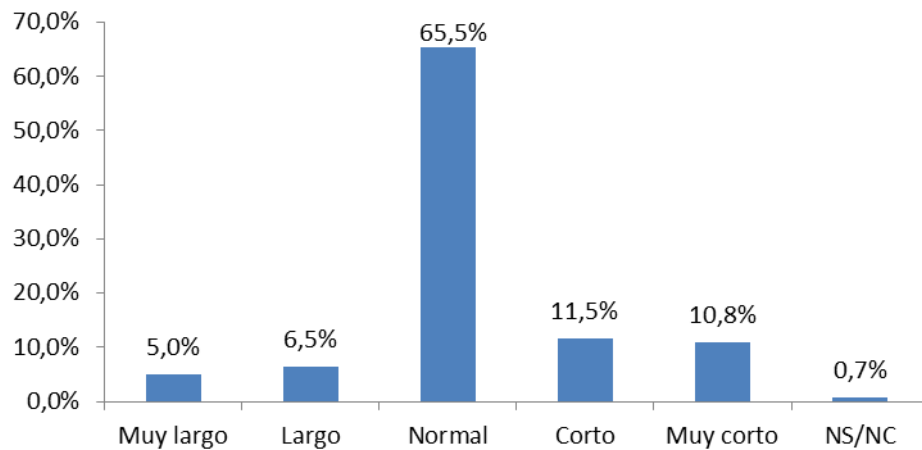


Fig. 6: Valoración información motivo de inspección; Base: 2012, 2010 y 2007, 250; 2008, 253; 2014, 171 y 2016, 139.

**Pregunta P.3.** ¿Cómo valora la duración de la última Inspección de Consumo? (*tiempo transcurrido desde que comenzó hasta que finalizó la Inspección*)

La duración de la inspección se considera como normal por gran parte de los entrevistados, ya que es así para el 65,5% de los mismos. El 20% de los entrevistados consideraron que el tiempo de la última inspección fue “corto” o “muy corto”. Algunos entrevistados muestran, no obstante, descontentos con el horario en que dichas inspecciones son realizadas, pues tienen público que atender en el momento en que les realizan la inspección.

**P3-¿Cómo valora la duración de la última inspección de consumo? (tiempo transcurrido desde que comenzó hasta que finalizó la inspección)**



**Fig.7: Valoración duración de la última Inspección de Consumo. Año 2016; Base: 139**

En el gráfico podemos ver que gran parte de los consultados consideran que la duración de la inspección de consumo es “normal”, es así para el 65,5%. Por encima del 10% estarían los que opinan que el tiempo de duración de la inspección es “corto” o “muy corto”, con 11,5% y 10,8%, respectivamente. En cuanto a los que opinan que la duración de la inspección de consumo es “largo”, o “muy largo”, son el 6,5% y 5%, respectivamente.

La evolución del valor promedio muestra que, en 2016, la duración de la Inspección se ha reducido, y por lo tanto tiene una mejor consideración por parte de los entrevistados.

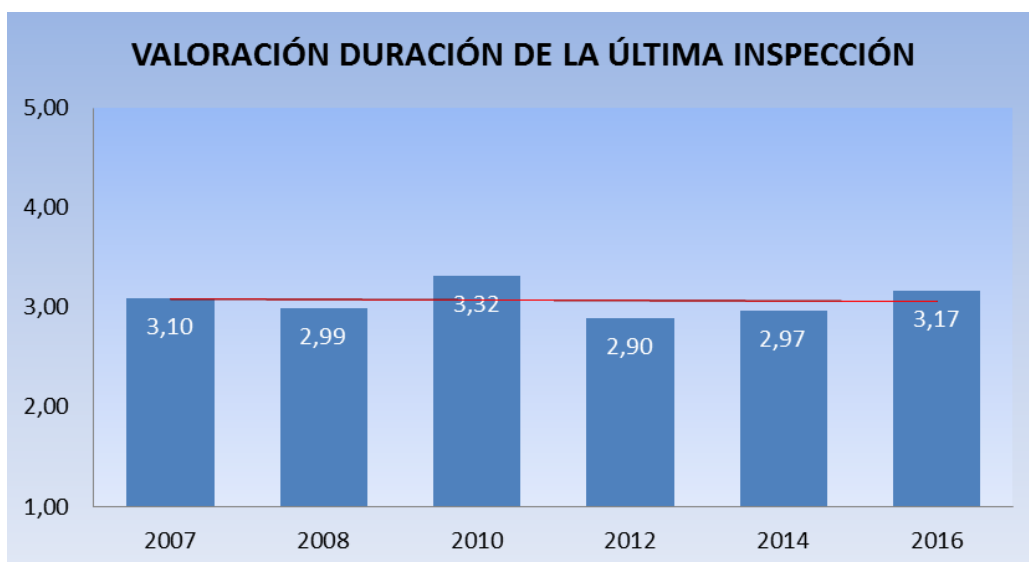


Fig. 8: Duración de la última Inspección. Valores entre: 1, Muy larga; 5 Muy corta; Base: 2012, 2010 y 2007, 250; 2008, 253; 2014, 171 y 2016, 139.

El año 2016, comparado con los años anteriores, destaca por el incremento de los entrevistados que han considerado el tiempo como “muy corto”, pues ha pasado de valores muy reducidos o inexistentes para esta valoración en años anteriores, al 10,8% obtenido en el año 2016.

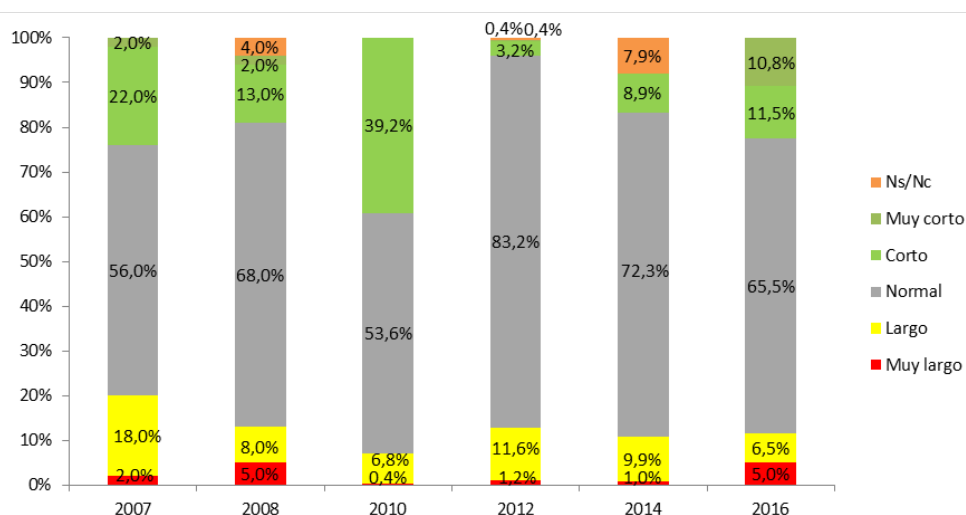
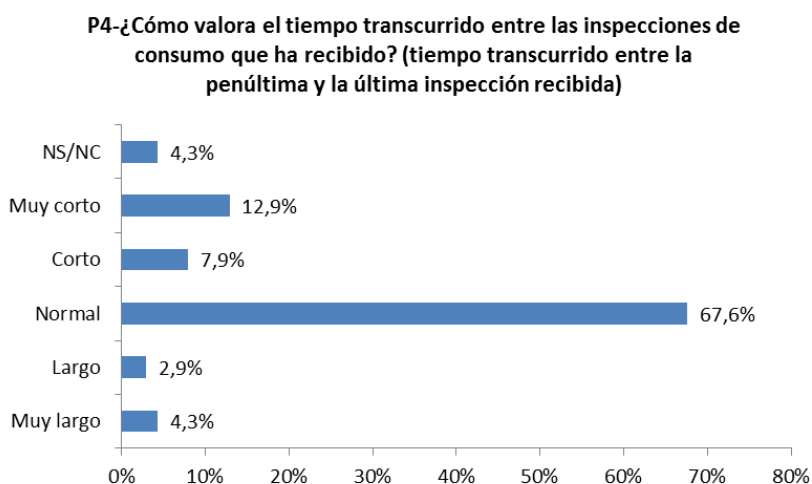


Fig. 9: Duración de la última Inspección. Comparación años 2007, 2008, 2010, 2012 y 2014; Base: 2012, 2010 y 2007, 250; 2008, 253; 2014, 171 y 2016, 139.

**Pregunta P.4.** ¿Cómo valora el tiempo transcurrido entre las inspecciones de Consumo que ha recibido? *(tiempo transcurrido entre la penúltima y la última Inspección recibida)*

En cuanto a la valoración del tiempo transcurrido entre las inspecciones de Consumo recibidas, se ve que el 67,6% de los entrevistados consideran que es un tiempo “normal”. El 20,8%, sin embargo, considera que el tiempo entre las dos últimas inspecciones recibidas es “corto” o “muy corto”. El 7,2% de los entrevistados consideraron que el tiempo transcurrido entre las dos últimas inspecciones había sido “largo” o “muy largo”.



**Fig. 10:** Valoración tiempo transcurrido entre inspecciones. Año 2016; Base: 139.

La valoración sobre el tiempo transcurrido entre inspecciones, ha sido algo inferior que en el año 2014, si bien es una diferencia poco significativa, ya que ha pasado del 3,27 en 2014 a 3,23 en 2016.



**Fig. 11:** Tiempo transcurrido entre inspecciones. Valores entre: 1, Muy larga; 5 Muy corta; Base: 2012, 2010 y 2007, 250; 2008, 253; 2014, 171 y 2016, 139.

Analizando los valores en períodos anteriores, destaca la alta valoración, siempre en comparación con los valores obtenidos en años anteriores, de la consideración del tiempo “muy corto”, con un 12,9%, cuando en años anteriores esta valoración no alcanzaba más de un 2,0%. Por otro lado, hay que comentar que también ha crecido el porcentaje de los entrevistados que consideraron que el tiempo transcurrido entre inspecciones era “muy largo”, con un 4,3%. Esto indica que habría que intentar ajustar el tiempo entre las inspecciones.

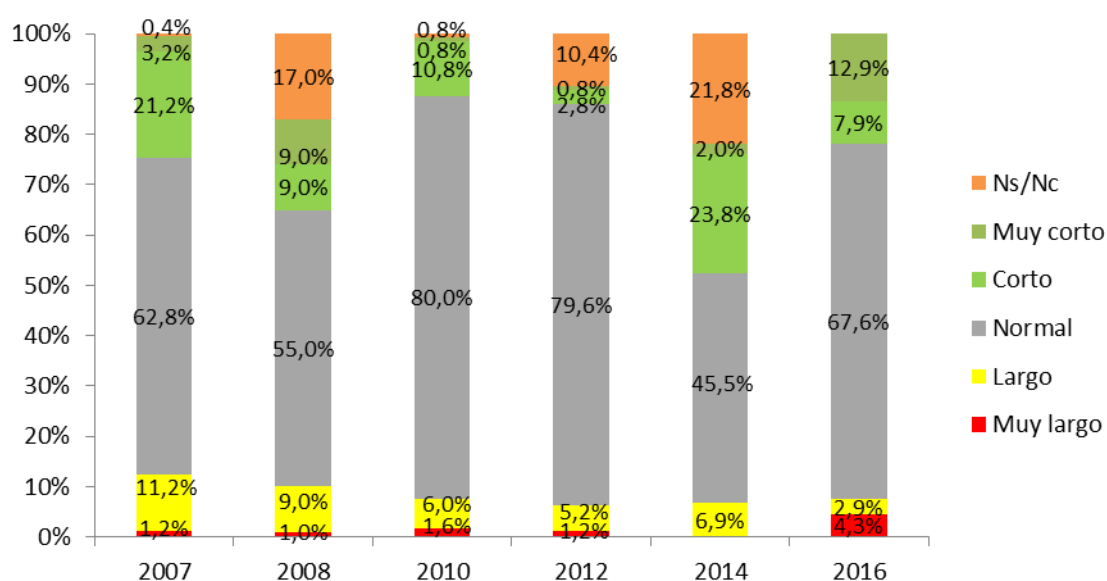
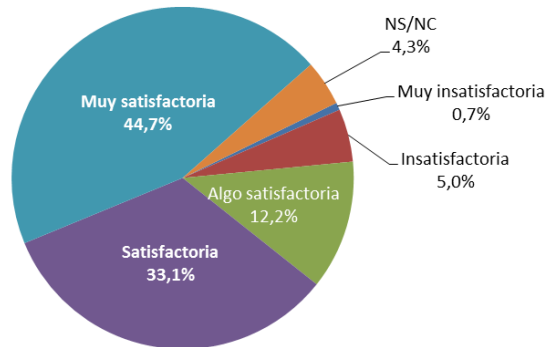


Fig.12: Duración de la última Inspección; Base: 2012, 2010 y 2007, 250; 2008, 253; 2014, 171 y 2016, 139.

**Pregunta P.5.** En caso de que haya tenido que aplicar nuevas disposiciones, ¿cómo valora la información proporcionada por el inspector?

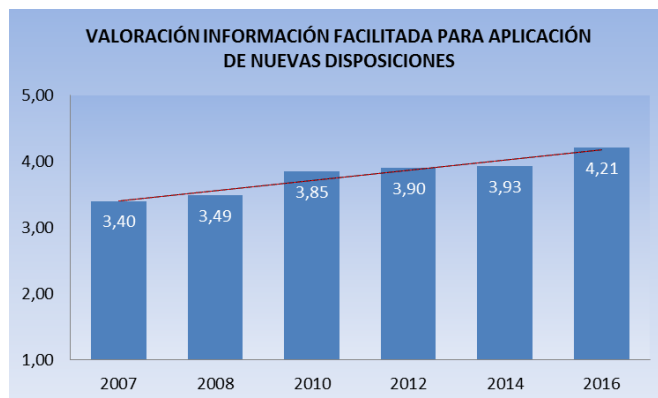
Se puede decir que hay un buen grado de satisfacción entre los locales encuestados que han sido inspeccionados, ya que el 77,7% de los mismos opinaron que, la información proporcionada por el inspector era “satisfactoria” o “muy satisfactoria”. Sólo el 5,0% encontraron la información era, en su opinión “insatisfactoria” y, en el 0,7% de los casos consideraron la información como “muy insatisfactoria”.

**P5-En caso de que haya tenido que aplicar nuevas disposiciones, ¿cómo valora la información proporcionada por el inspector?**



**Fig. 13:** Valoración información facilitada en caso de haber tenido que aplicar nuevas disposiciones. Año 2016; Base: 139

En la Fig. 14 se muestra la evolución de la valoración a lo largo de los últimos años. Como puede apreciarse, en 2016 se mantiene la tendencia al alza de la valoración de este atributo. Del año 2007 a 2016 la valoración se incrementa de 3,40 a 4,21, y del año 2014 al 2016 se ha incrementado del 3,93 al 4,21.



**Fig. 14:** Valoración de la información facilitada para aplicar nuevas disposiciones; Base: 2012, 2010 y 2007, 250; 2008, 253; 2014, 171 y 2016, 139.

Se observa que en el año 2016 aumenta en gran medida el porcentaje de entrevistados que opina que la información facilitada para aplicar nuevas disposiciones es “muy satisfactoria”, pasando del 5,0% al 44,6%. Sin embargo, si tenemos en cuenta las opiniones “satisfactoria” y “muy satisfactoria”, representan el 77,7% en 2016, cuando en 2014 era el 80,1%.

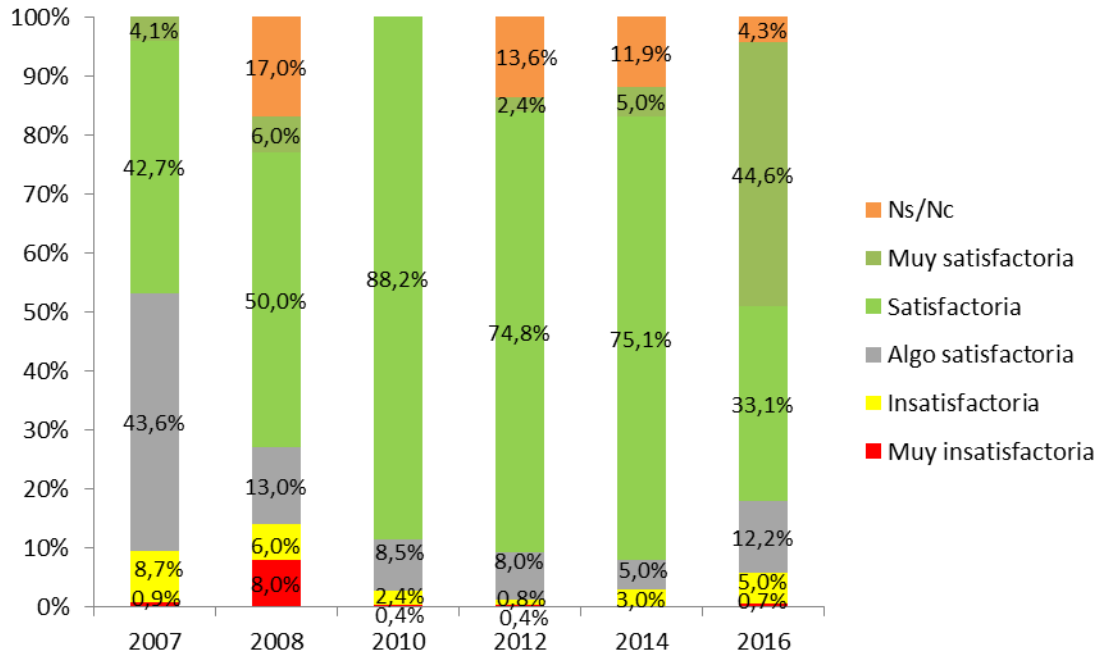


Fig. 15: Valoración información facilitada para aplicar nuevas disposiciones; Base: 2012, 2010 y 2007, 250; 2008, 253; 2014, 171 y 2016, 139.

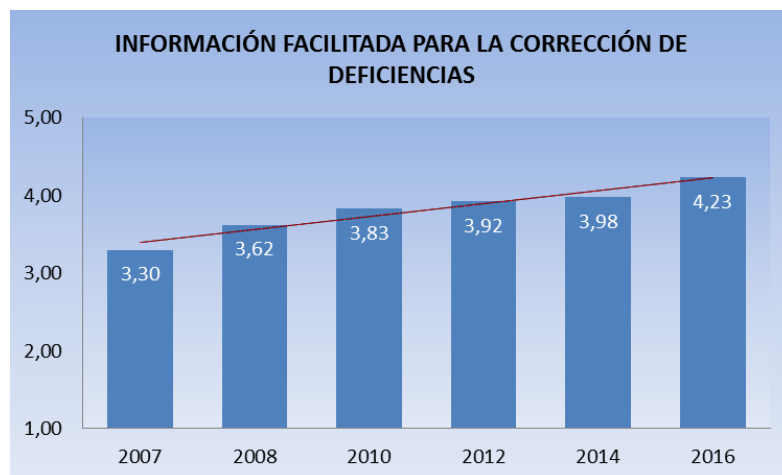
**Pregunta P.6.** En caso de que haya tenido que corregir alguna deficiencia, ¿cómo valora la información proporcionada por el inspector?

En cuanto a las empresas que han tenido que corregir alguna deficiencia, la valoración a la información proporcionada por el inspector es buena, ya que el 77% de los consultados opinan que es “satisfactoria” o “muy satisfactoria”. El 5,8% opinan que la información proporcionada por el inspector fue “insatisfactoria” y el 1,4% que fue “muy insatisfactoria”.



**Fig. 16:** Valoración información facilitada para la corrección de deficiencias Año 2016; Base: 139

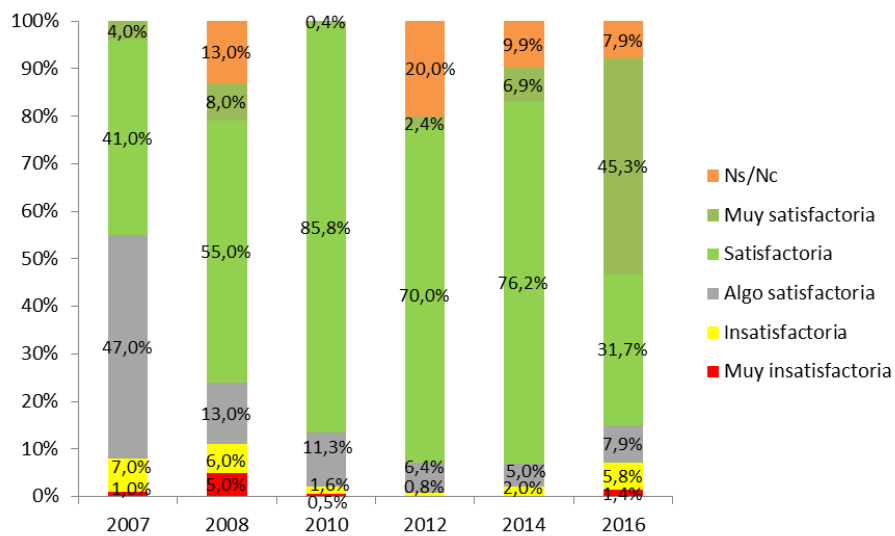
En el siguiente gráfico vemos la tendencia al alza en cuanto a la valoración dada a la información facilitada por el inspector para la corrección de las deficiencias detectadas; así, en el año 2016, da un resultado de 4,23 puntos (la puntuación máxima es 5). Comparando los datos desde 2007, se aprecia un aumento del índice en todos los años encuestados, siendo uno de los puntos fuertes del Servicio de Inspección del Consumo del Ayuntamiento.



**Fig. 17:** Valoración de la información facilitada para corregir deficiencias; Base: 2012, 2010 y 2007, 250; 2008, 253; 2014, 171 y 2016, 139.



Una clara mayoría de los encuestados, el 45,3%, consideran como “muy satisfactoria” la información recibida por el inspector para corregir las deficiencias detectadas. No obstante, se observa una disminución de la opinión “satisfactoria”, que era del 83,1% y actualmente del 77%, es evidente que parte del porcentaje de consultados que, en el período anterior, opinaba que la información era “satisfactoria” ahora ha pasado a ser parte del porcentaje que representa la opinión de una información “muy satisfactoria”.

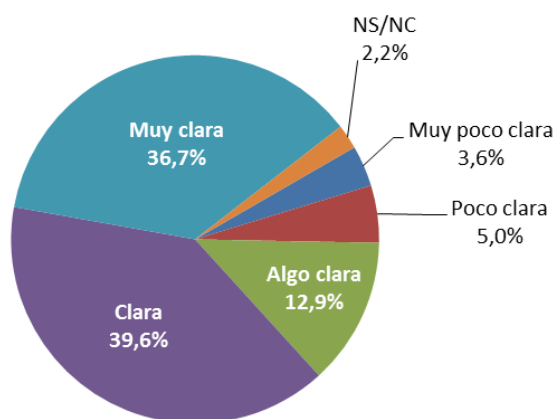


**Fig. 18: Valoración de la información facilitada para corregir deficiencias; Base: 2012, 2010 y 2007, 250; 2008, 253; 2014, 171 y 2016, 139.**

**Pregunta P.7. ¿Cómo valora la claridad de exposición del acta de inspección?**

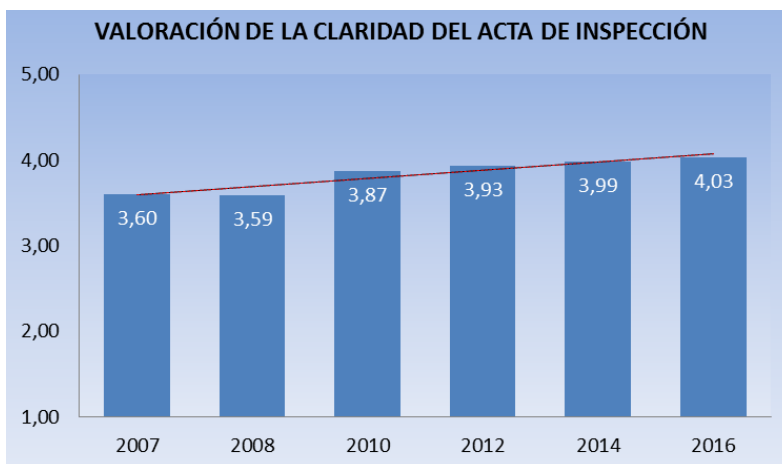
La exposición del acta de inspección es considerada como “clara” o “muy clara” por el 76,3% de los consultados. El 8,6% considera que el acta de inspección es “muy poco clara” o “poco clara”.

**P7-¿Cómo valora la claridad de exposición del Acta de Inspección?**



*Fig. 19: Valoración claridad del acta de inspección. Año 2016; Base: 139*

En el siguiente gráfico se observa que, desde el año 2010, existe una mejoría en cuanto a la percepción sobre la claridad del acta de inspección, pasando de 3,87 a 4,03 puntos en 2016, siendo el 5 la mayor puntuación posible. Si se compara el dato con respecto al del período anterior, se puede decir que ha mejorado levemente, pues tienen una valoración prácticamente igual, 3,99 puntos en 2014 frente a los 4,03 puntos en el año 2016.



*Fig. 20: Valoración de la claridad del acta de inspección; Base: 2012, 2010 y 2007, 250; 2008, 253; 2014, 171 y 2016, 139.*

La comparación interanual de los resultados muestra una gran disminución del porcentaje de entrevistados que valoran la exposición del acta de inspección como “clara”, ya que pasa del 67,3% al 39,6%, si bien hay que considerar el aumento del 10,9% en 2014 al 36,7% en 2016, al respecto de los que consideran el acta de inspección como “muy clara”.

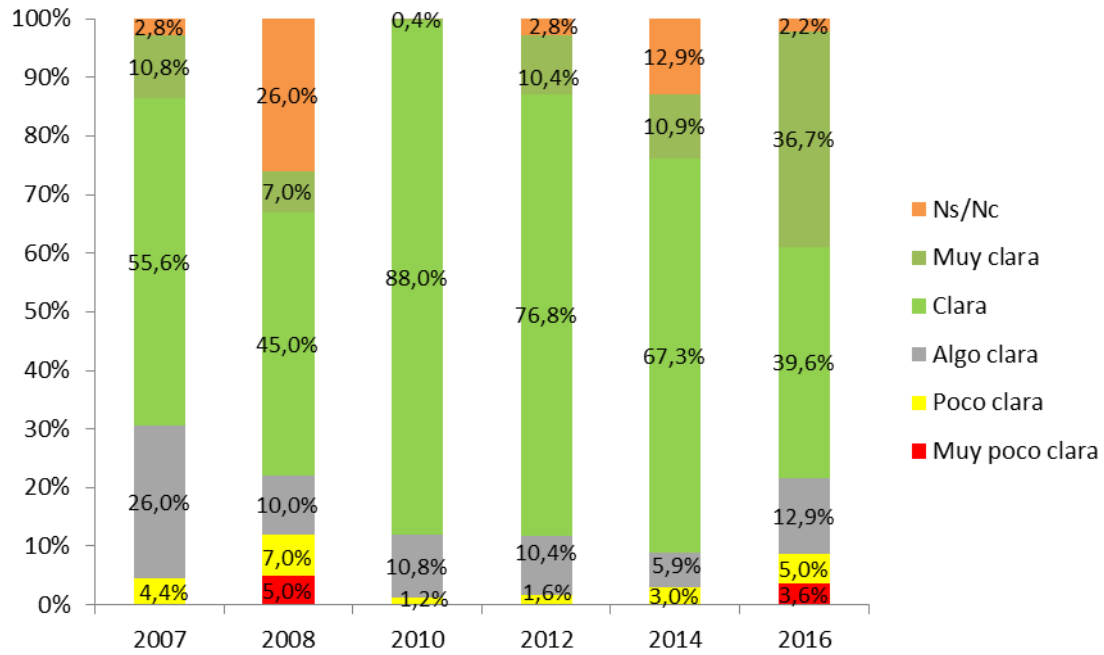


Fig. 21: Valoración de la claridad del acta de inspección Base: 2012, 2010 y 2007, 250; 2008, 253; 2014, 171 y 2016, 139.

---

**Pregunta P.8.** ¿Tiene alguna sugerencia que aportar o desea añadir algo?

---

*Las sugerencias realizadas por los informantes han sido las siguientes:*

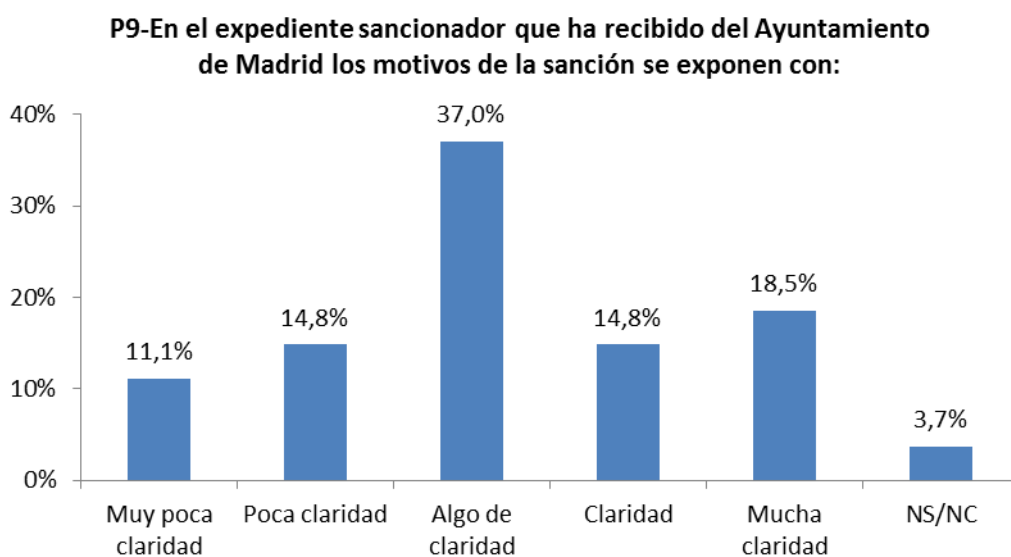
- Considero que las inspecciones de la Junta de Moncloa son muchas y son hostiles, pediría que sean inspectores más amables y con menor afán sancionador.
- Se solicitan instrucciones para las personas que trabajan en hostelería.
- Considero que las inspecciones son necesarias.
- En las inspecciones se debería de tratar de hablar con el encargado.
- En la empresa lo más importante es la atención al público, las inspecciones no deberían de durar tanto tiempo.
- Se debería de inspeccionar más los locales de ciudadanos chinos.
- Se solicita mayor uniformidad en cuanto a los requisitos necesarios sobre la información que debe de contener un tique.
- La copia del acta de inspección es un papel de autocopias, es muy poco legible. Una opción sería el envío de la misma por email.
- Se debería de disponer de información previa sobre las nuevas disposiciones.
- Solicito que se evite la duplicidad entre el Ayuntamiento y la Comunidad de Madrid.
- Valorar las posibles inspecciones en domingos, festivos y en horarios de verano.
- Considero el tiempo de inspección muy largo, estaría bien disponer de sistema de cita previa.
- Le gustaría que le confirmasen si está arreglada la subsanación.
- Estoy contento por lo educado que era el inspector y la información que brindó.
- Tener conocimiento de la inspección para que se encuentre en el local la persona adecuada para solucionar las cosas.
- Considero el servicio adecuado, tanto para el consumidor como para el comerciante.
- Creo que la distancia entre inspecciones es demasiado corta.
- Solicito que las inspecciones se dirijan a las tiendas más conflictivas
- Vigilar más a los nuevos talleres que están trabajando ilegalmente.
- Me gustaría disponer de más información legal.

### 3.2. Procedimiento Sancionador

En este apartado se analizarán los resultados obtenidos tras la realización de las entrevistas a las empresas que han tenido algún tipo de sanción.

**Pregunta P.9.** En el expediente sancionador que ha recibido del Ayuntamiento de Madrid los motivos de la sanción se exponen con:

El 33,3% de los informantes que respondieron la encuesta indicaron que la sanción se expuso de manera “clara” o “muy clara”, un valor muy parecido al 34,6% que se obtuvo el año 2014 para estas valoraciones. El 37,0% opinaron que los motivos de la sanción sólo fueron “algo claros”. Por último, el 25,9% opinó que los motivos de la sanción se exponían de una manera “poco clara” o “muy poco clara”.



*Fig. 22: Valoración claridad motivos de sanción. Año 2016; Base 27*

Los motivos de una sanción deberían de ser perfectamente entendidos por los propietarios de los establecimientos comerciales que han sido sancionados, ya que es la manera de prevenir nuevos incumplimientos de la normativa. Siendo algo siempre negativo para el propietario, el hecho de recibir una sanción, se podría considerar como positivo el porcentaje obtenido de encuestados que consideran que los motivos de la sanción han sido expuestos con claridad.

En el siguiente gráfico, se puede ver que se ha producido un descenso en la valoración de la claridad de exposición de los motivos de sanción, con respecto al año 2014, pues ha pasado de 3,58 puntos en 2014 a 3,15 puntos en 2016. Hay que tener en cuenta que, en cada período analizado, las empresas sancionadas son diferentes y, por lo tanto, su valoración se debe de ver como indicativa de una opinión generalizada, pero no es comparable al no ser las mismas empresas las consultadas a lo largo del tiempo, esto es, al no ser un estudio panel.

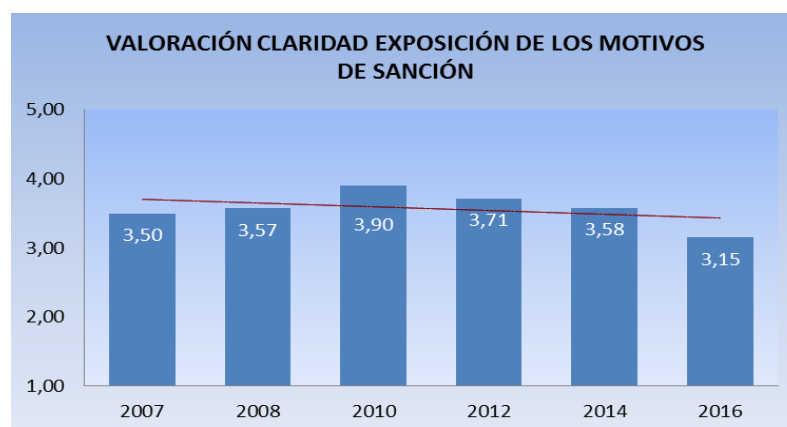


Fig. 23 Valoración de la claridad de los motivos de sanción; Base: 2012, 100; 2010, 29; 2008, 110; 2007, 105; 2014, 70; 2016, 27

Analizando los datos a lo largo de los estudios realizados, se comprueba que, respecto al año 2014, se ha incrementado considerablemente la opinión de “muchísima claridad”, pasando del 1,4% en 2014 al 18,5% en 2016. En cuanto a la opinión de que se exponen con “claridad” los motivos de sanción, ha pasado del 58,6% al 14,8%.

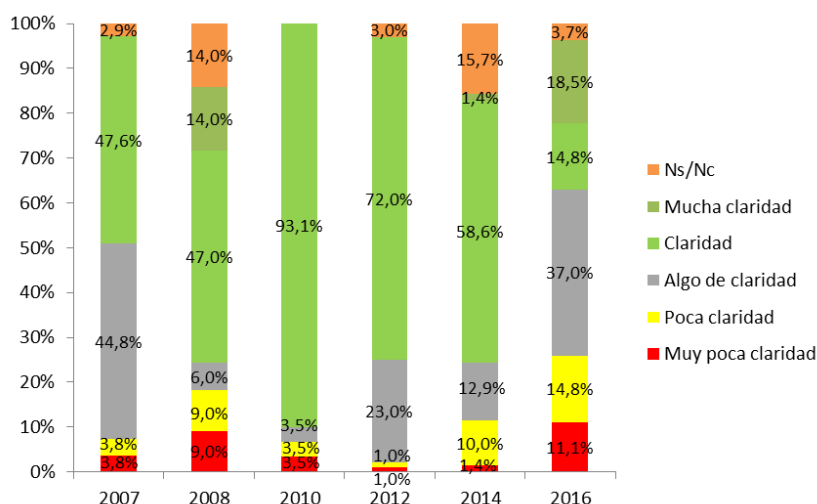


Fig. 24 Valoración de la claridad exposición de los motivos de sanción; Base: 2012, 100; 2010, 29; 2008, 110; 2007, 105; 2014, 70; 2016, 27

**Pregunta P.10.** ¿Le quedan claros todos los puntos del expediente sancionador?

En este punto es significativo el alto porcentaje de respuestas afirmativas, 74,1%, siendo superior al obtenido en el período anterior, 62,9%. Aquí queda explicado que se incrementara el porcentaje de empresas que consideraban que había “mucho claridad”. El 22,2% consideran que no están claros todos los puntos del expediente sancionador.

10-¿Le quedan claros todos los puntos del expediente sancionador?

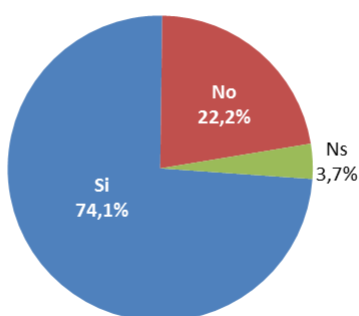


Fig. 25: Claridad de los puntos del expediente sancionador. Año 2016; Base: 27

Sigue la tendencia iniciada desde el año 2012 en el aumento del porcentaje de la “no claridad de todos los puntos del expediente sancionador”, situándose en el año 2016 en un 22,2%, lo que supone que casi 1 de cada 4 encuestados no tuvo claro este aspecto.

Consideramos necesario profundizar en el análisis de las causas que provocan este incremento.



\*En 2007 no se contempló esta pregunta y en 2010 todos los comercios tenían claro el expediente.

Fig. 26: Claridad de los puntos del expediente sancionador; Base: 2008, 111; 2010, 29; 2012, 100; 2014, 70; 2016, 27

---

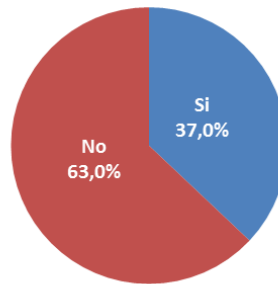
**Pregunta P.11. ¿Ha solicitado alguna aclaración?**

---

En esta pregunta, si analizamos el siguiente gráfico, podemos ver que se ha incrementado la proporción de empresas que no han solicitado aclaraciones, ya que ha pasado del 51,4% en 2014 al 63,0% en 2016. Los motivos de no pedir aclaraciones son, bien que no se han considerado necesarias, bien porque consideran que no les va a aportar nada nuevo.

El 37% de las empresas sancionadas consultadas sí que indican haber solicitado aclaraciones al expediente sancionador recibido.

**11-¿Ha solicitado alguna aclaración?**

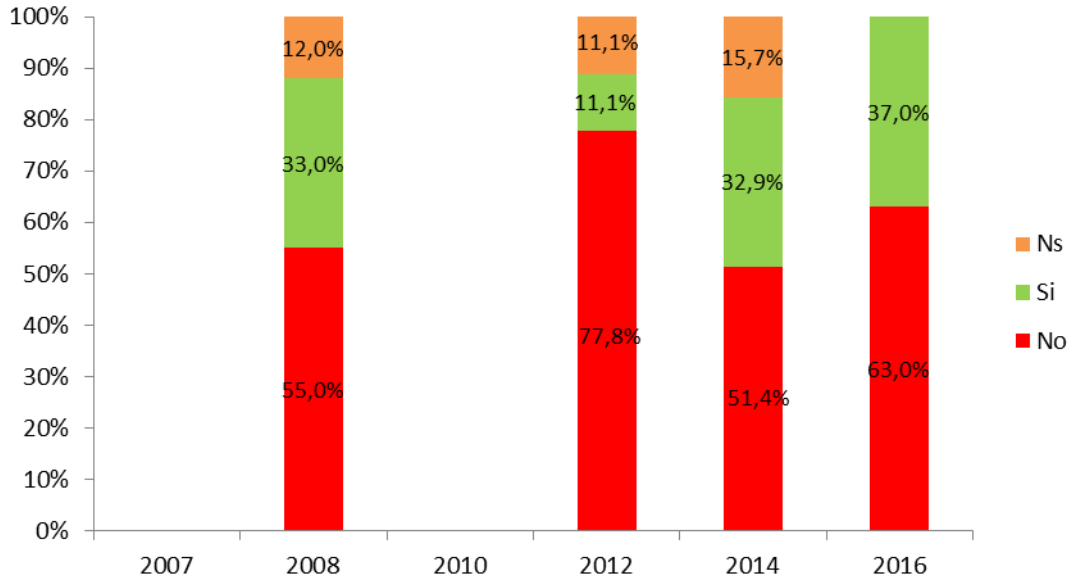


*Fig. 27: Solicitud de aclaraciones. Año 2016; Base: 27*

En 2007 no se contempló esta pregunta, por lo que no se dispone de datos para el análisis y en 2008 el 33% de los encuestados solicitaron aclaraciones. Por su parte, en el año 2010 el 100% de los comercios sancionados que fueron entrevistados indicaron que tenían claros todos los puntos del expediente sancionador, por lo que no se registró ninguna respuesta para esta pregunta.



Si se comparan los datos de 2016 con los obtenidos en el estudio realizado en el 2014, podemos observar que se ha reducido la proporción de empresas que han solicitado nuevas aclaraciones, pues la proporción de empresas que dicen no haber solicitado aclaraciones ha pasado del 51,4% en 2014 al 63,0% en el año 2016.



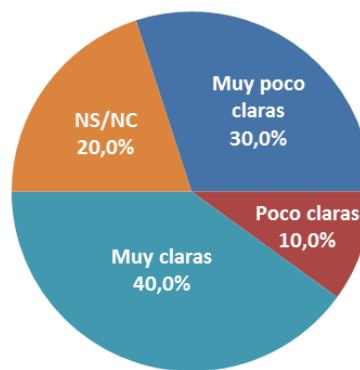
\*En 2007 y 2010 no se contempló esta pregunta

Fig. 28: Solicitud de aclaraciones.; Base: 2012, 9; 2008, 111; 2014, 70; 2016, 27.

**Pregunta P.12.** Las aclaraciones que ha recibido eran:

De los 10 establecimientos consultados que dicen haber solicitado alguna aclaración, el 40,0% consideran que éstas han sido “muy claras”. Un 10% consideraron que las aclaraciones fueron “poco claras” y un 30% opinaron que fueron “muy poco claras”. El 20,0% restante no aportó su opinión sobre la claridad de las aclaraciones.

**12-Las aclaraciones que ha recibido eran:**



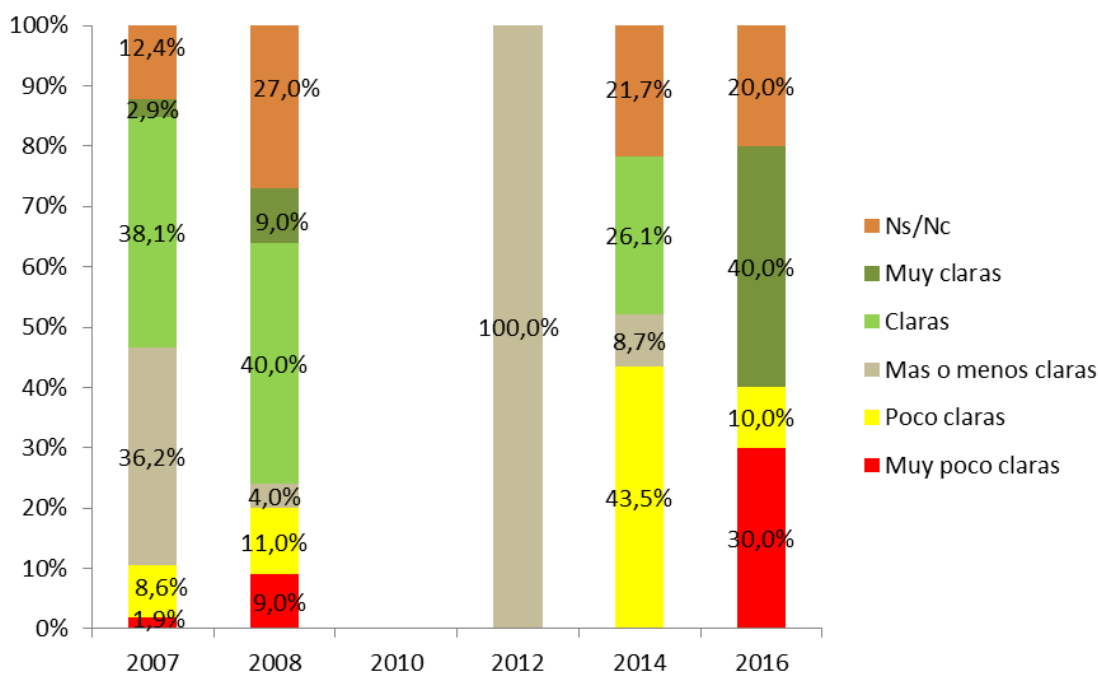
*Fig. 29: Solicitud de aclaraciones. Año 2016; Base: 10*



\*En 2010 ningún consultado aportó información sobre solicitud de aclaraciones.

*Fig. 30: Solicitud de aclaraciones; Base: 2007, 92; 2008, 110; 2012, 1; 2014, 23; 2016, 10*

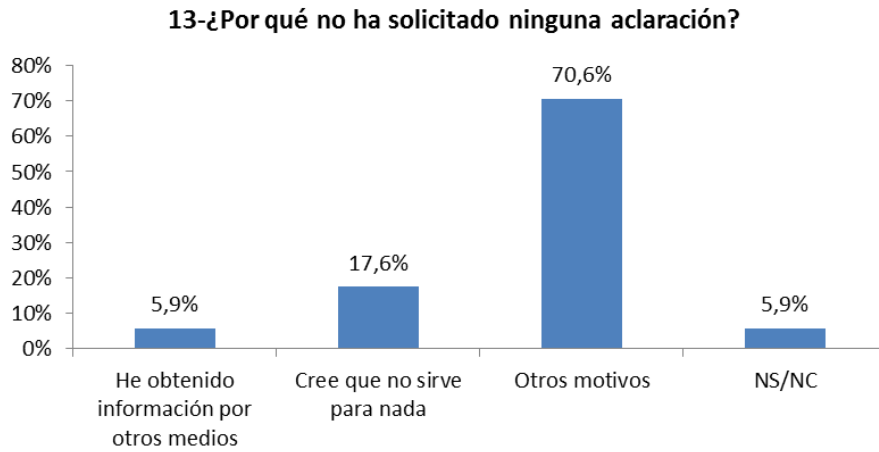
Vemos que, si se compara la claridad en las aclaraciones respecto al año anterior los que consideraron que eran “muy claras” ha pasado del 0% en 2014 al 40,0% en 2016. Sin embargo, ha descendido el porcentaje de los que consideraron que eran aclaraciones “claras”, que ha pasado del 26,1% en 2014 al 0% en 2016. En cuanto a los que consideran que las aclaraciones fueron “más o menos claras”, ha pasado del 8,7% en 2014 al 0% en 2016. Los consultados que opinaron que las aclaraciones eran “poco claras”, pasó del 43,5% en 2014 al 10% en 2016. En cuanto a la opinión de aclaraciones “muy poco claras”, se ha incrementado bastante, pues ha pasado del 0% en 2014 al 30% en 2016.



\*En 2010 ningún consultado aportó su opinión sobre la solicitud de aclaraciones y, en 2012, tan sólo facilitó su opinión una empresa.

Fig. 31: Solicitud de aclaraciones; Base: 2007, 92; 2008, 110; 2012, 1; 2014, 23; 2016, 10.

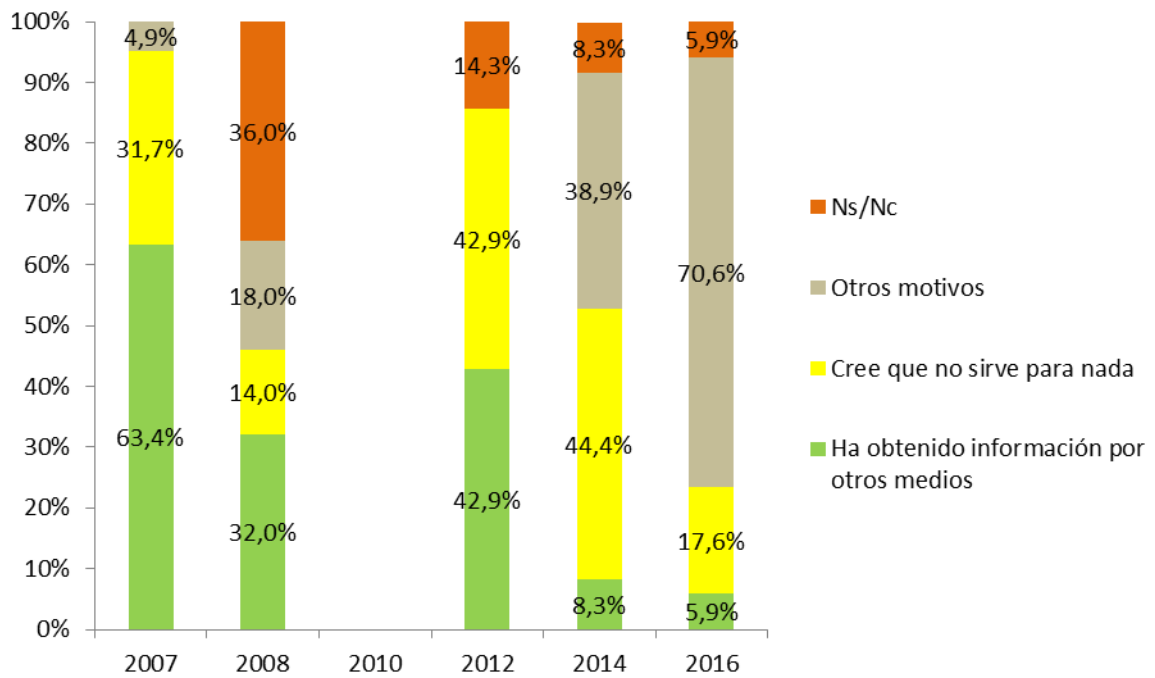
**Pregunta P.13. ¿Por qué no ha solicitado ninguna aclaración?**



*Fig. 32: Razón por la que no solicitan aclaraciones. Año 2016; Base 17*

Esta pregunta únicamente se realizó a los consultados que no habían solicitado aclaraciones. El 17,6% opinaron que “creen que no sirven para nada” y el 5,9% comentaron que “han obtenido información por otros medios”. El 70,6% dieron otros motivos por los que no solicitaron ninguna aclaración. La mayoría de ellos indicaron que lo tenían todo muy claro, también alegaron falta de tiempo, miedo a tener más “problemas” o una persona indicó que había delegado en su gestor. También hubo una respuesta indicando que estaba de acuerdo con la sanción.

Analizando los resultados de 2016, en comparación con los años anteriores, se puede ver que los que dicen “haber obtenido información por otros medios” han sido menos que en el año 2014, pues ha pasado del 8.3% en 2014 al 5,9% en 2016. En cuanto a los que “creen que no sirve para nada”, se han reducido bastante, pues ha pasado del 44,4% en 2014 al 17,6% en 2016. En cuanto a los que consideraron “otros motivos” por los que no solicitaron aclaraciones, ha aumentado desde el 38,9% hasta el 70,6% de 2016.



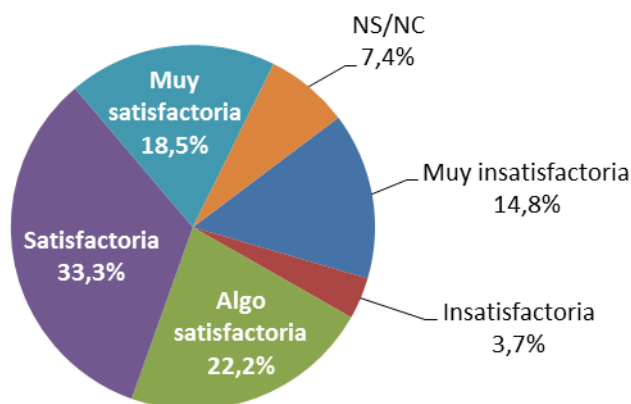
\*En 2010 ninguno de los consultados declaró haber necesitado de aclaraciones.

Fig. 33: Razón por la que no solicitan aclaraciones; Base: 2007, 92; 2008,65; 2012,7; 2014, 36; 2016, 17.

**Pregunta P.14.** Cuando usted se ha interesado por subsanar las deficiencias detectadas en su establecimiento, ¿cómo cree que ha sido la información que le han facilitado para ello?

El 33,3% de los consultados, consideran que la información facilitada para la subsanación de deficiencias ha sido “satisfactoria”. En el 22,2% de los casos opinan que esta información ha sido “algo satisfactoria”. El 14,8% de los establecimientos sancionados que consideran que la información facilitada para este cometido era “muy insatisfactoria”, lo que hace pensar en que se debe de poner mayor énfasis en las explicaciones para subsanar deficiencias, para que a la vez sean más útiles para los establecimientos, a la hora de subsanar las mismas. Si se compara el dato con el del año 2014, podemos decir la proporción de establecimientos que consideran como “insatisfactoria” o “muy insatisfactoria” la información es bastante similar (18,6% frente al 18,5% actual).

**14- Cuando usted se ha interesado por subsanar las deficiencias detectadas en su establecimiento, ¿cómo cree que ha sido la información que le han facilitado para ello?**



**Fig. 34:** Valoración información recibida para subsanar deficiencias. Año 2016; Base 41

En el siguiente gráfico (Fig.35) se puede ver que la valoración general dada a la información facilitada para la subsanación de deficiencias ha mejorado respecto al año 2014, pues ha pasado de 3,26 puntos en 2014 a 3,40 en el año 2016.

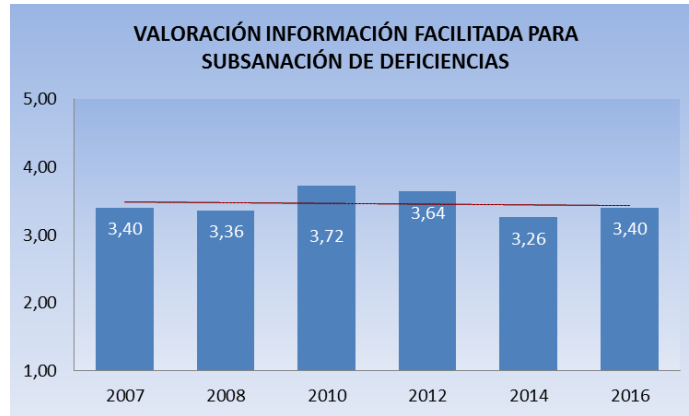


Fig. 35 Valoración de la información facilitada para subsanar deficiencias; Base: 2007, 82; 2008, 111; 2010, 29; 2012, 100; 2014, 70; 2016, 41.

Analizando los resultados obtenidos en el año 2016, y comparándolos con los estudios realizados con anterioridad, se puede decir que se ha dado la mayor proporción de la opinión de una valoración “muy satisfactoria”, de todos los estudios realizados pues en 2016 esta opinión representa al 18,5% de los consultados. Paradójicamente, también es el año en el que se ha obtenido un mayor porcentaje de establecimientos que han opinado que la información proporcionada es “muy insatisfactoria”, con un 14,8%, una proporción sólo cercana a la del año 2008, con un 14,0%.

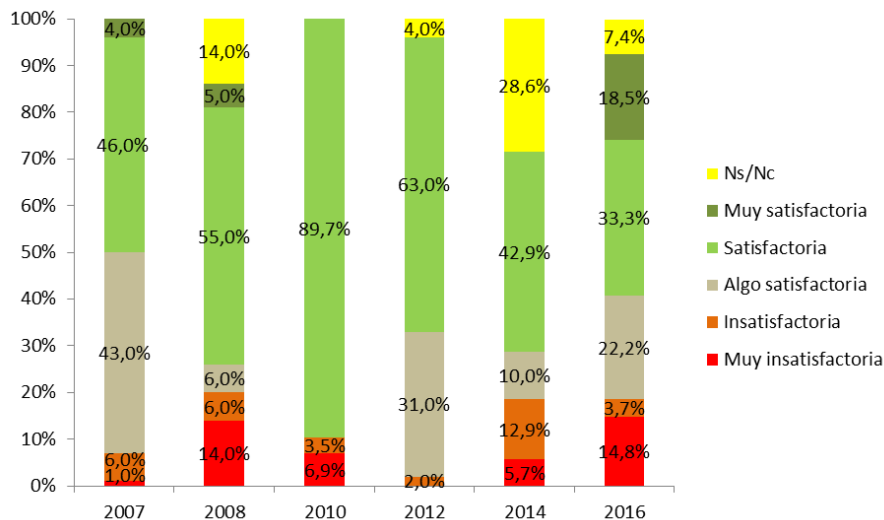


Fig. 36 Valoración de la información facilitada para subsanar deficiencias; Base: 2007, 82; 2008, 111; 2010, 29; 2012, 100; 2014, 70; 2016, 41.

**Pregunta P.15.** ¿Qué valoración hace de la atención telefónica o presencial prestada por el Ayuntamiento sobre el procedimiento sancionador iniciado en su establecimiento?



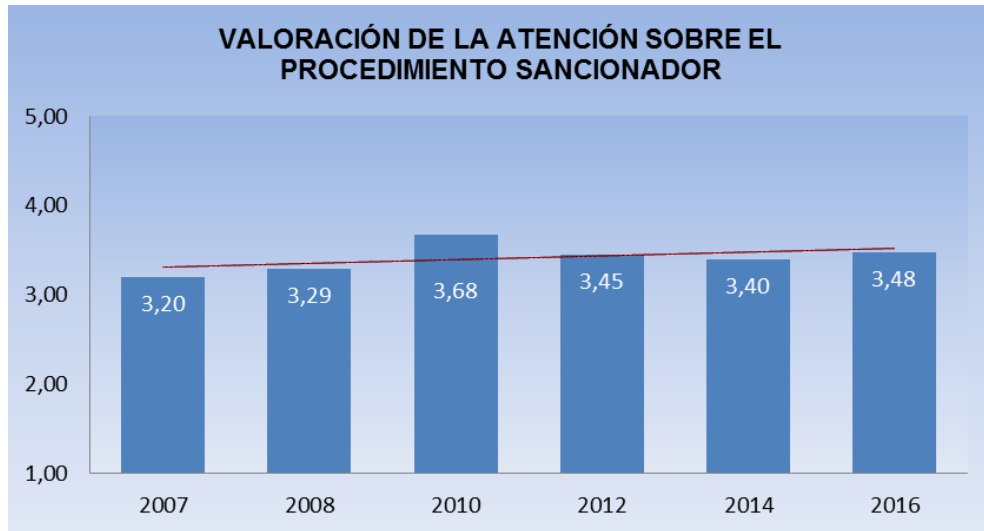
*Fig. 37: Valoración atención prestada por el Ayuntamiento. Año 2016; Base: 41*

Si se analiza la valoración de la atención prestada por el Ayuntamiento, vemos que el 44,4% de los consultados opinan que es “satisfactoria” o “muy satisfactoria” la atención recibida. El 29,6% opina que la atención es “algo satisfactoria”, pero que podría mejorar con, por ejemplo, comunicaciones mediante email. El 18,5% de los establecimientos consultados opina que la atención recibida por parte del Ayuntamiento es “insatisfactoria” o “muy insatisfactoria”.

En las valoraciones anteriores, una vez más, hay que tener en cuenta que se está analizando información proporcionada por establecimientos que han sido sancionados y que, por principio, no van a tener una buena valoración de los servicios del organismo que les sanciona.



Analizando el siguiente gráfico, se puede ver que la valoración de la atención, si bien es mejorable, se ha incrementado algo respecto al año 2014, pasando de 3,40 puntos en 2014 a 3,48 en 2016.



*Fig. 38. Valoración de la atención prestada por el Ayuntamiento; Base: 2007,82; 2008, 111; 2010, 29; 2012, 100; 2014, 70; 2016, 41.*

Si se comparan los datos obtenidos con los del año anterior, podemos decir que se ha incrementado enormemente la proporción de consultados que opinan que la atención proporcionada por el Ayuntamiento ha sido “muy satisfactoria”, pasando del 1,4 % en 2014 a 25,9 %, a la vez es un porcentaje muy superior al del resto de años en que esta consulta ha sido realizada.

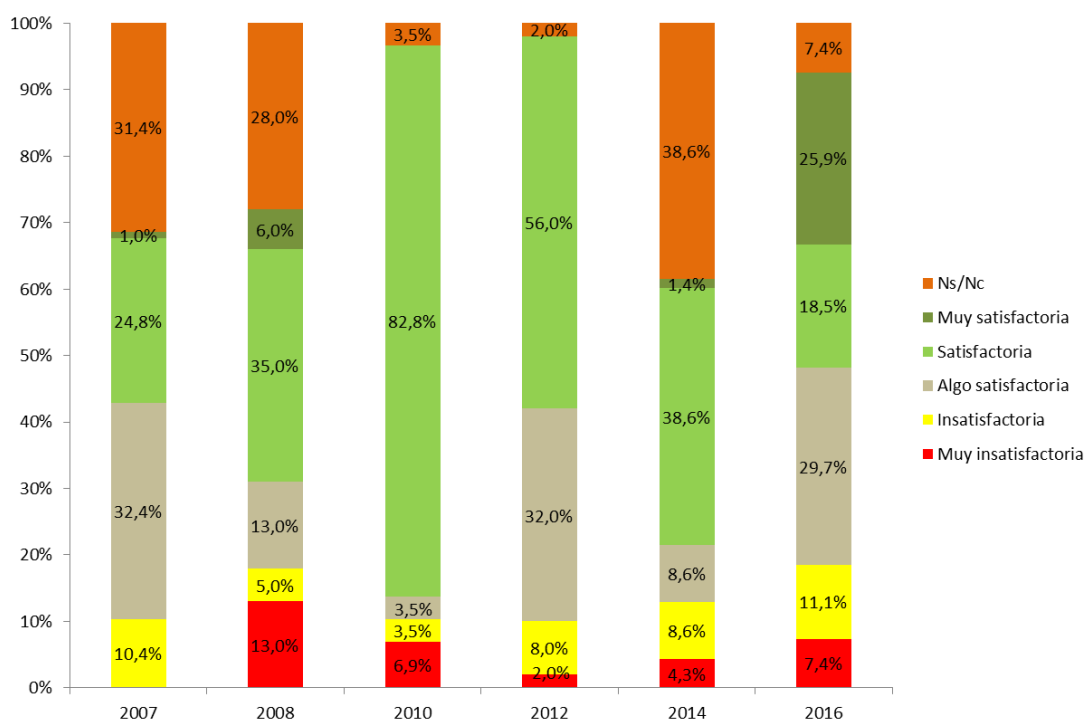


Fig. 39. Valoración de la atención prestada por el Ayuntamiento; Base: 2007, 82; 2008, 111; 2010, 29; 2012, 100; 2014, 70; 2016, 41.

**Pregunta P.16.** ¿Tiene alguna sugerencia que aportar o desea añadir algo?

En esta pregunta las sugerencias son las mismas que en la pregunta P.8.

### 3.3. Oficina de Investigación de Consumo

#### 3.3.1 Resultados de la entrevista telefónica a consumidores

En este apartado se analizan los resultados conseguidos tras la realización de las entrevistas a los consumidores que han realizado alguna reclamación a una empresa en el año 2015.

En una primera pregunta se identifica a los encuestados, seleccionando únicamente a aquellas personas objeto de encuesta, es decir, en el caso de los reclamantes, a la persona que ha interpuesto la reclamación.

**Pregunta P.1.** ¿Recuerda usted haber interpuesto una reclamación...?

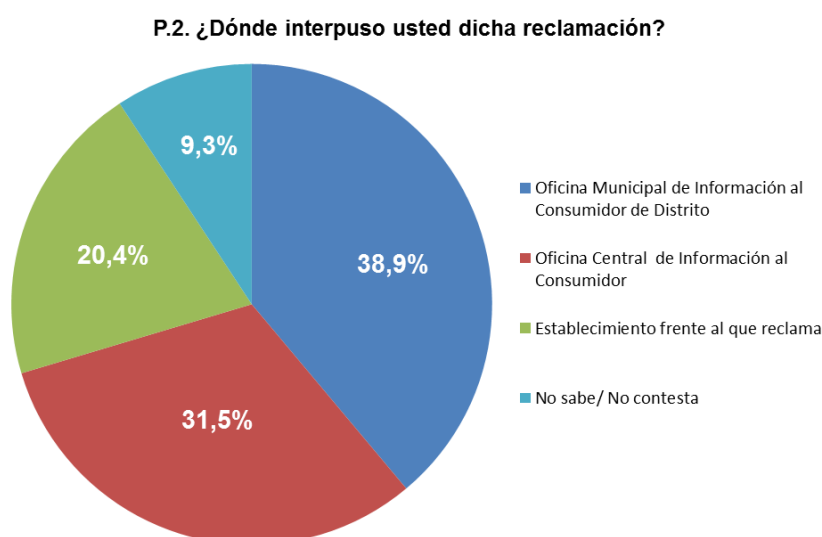
P1-¿Recuerda usted haber interpuesto una reclamación... (identificar)?			
		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Sí	54	100%

El total de los reclamantes encuestados (54) han contestado que sí; recordaban fechas y el motivo de la reclamación.

Esta pregunta se realiza con el objetivo de funcionar como pregunta de control, y de recordatorio al entrevistado, de los hechos ocurridos en la reclamación concreta sobre la que se va a realizar la valoración.

**Pregunta P.2. ¿Dónde interpuso usted dicha reclamación?**

P.2. ¿Dónde interpuso usted dicha reclamación?		
Respuesta	Valores absolutos	%
Oficina Municipal de Información al Consumidor de Distrito	21	38,9%
Oficina Central de Información al Consumidor	17	31,5%
Establecimiento frente al que se reclama	11	20,4%
Otros	0	0,0%
No sabe/No contesta	5	9,3%
Total	54	



**Fig. 40. Interpuso reclamación; Base 54.**

De los 54 consumidores que presentaron una reclamación encuestados, 21 responden que en la Oficina Municipal de Información al Consumidor de Distrito, 17 en la Oficina Central de Información al Consumidor, 11 en el establecimiento frente al que reclaman y 5 no lo comunican o no saben dónde interpusieron su reclamación. Las reclamaciones en la Oficina Municipal de Información al Consumidor del Distrito habitualmente se interponen en el mismo día en que ocurrieron los hechos y fueron a la oficina del mismo distrito en el que estaba el establecimiento al que reclamaba o a la oficina del distrito del que es vecino el reclamante.

En cuanto a las reclamaciones presentadas en la Oficina Central de Información al Consumidor, los consumidores que interpusieron las reclamaciones ante ella lo hicieron por considerar que allí tendrían una mejor atención y fueron a dicha oficina en un día distinto al que ocurrió el hecho que conllevó la reclamación.

Vemos que en el año 2016 se ha dado un aumento en cuanto a la reclamación en los propios establecimientos, en concreto 7,9 puntos más que en el año 2014, con un 20,4% del total de las reclamaciones interpuestas.

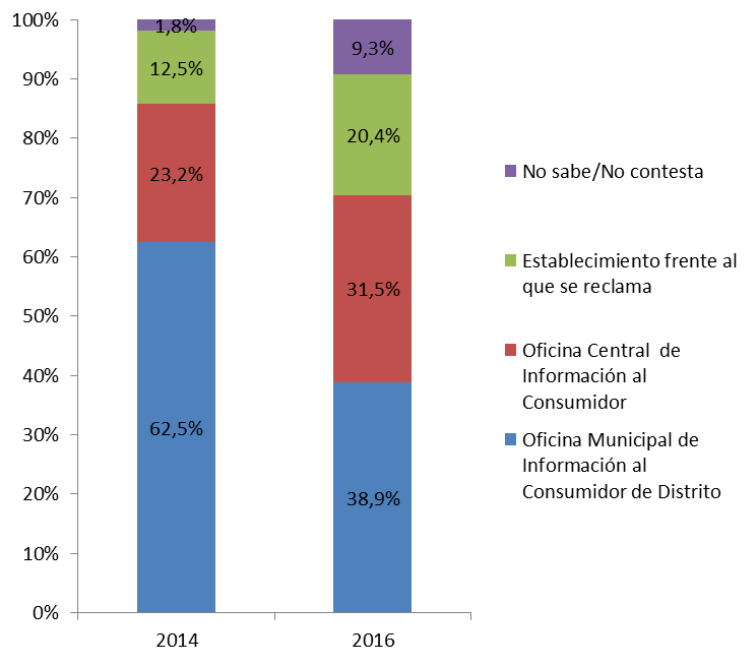


Fig. 41. Interpuso reclamación; Base: 2014, 56; 2016, 54.

**Pregunta P.3. ¿Podría indicarnos cómo ha sido la resolución de su reclamación?**

P.3. ¿Podría indicarnos cómo ha sido la resolución de su reclamación?		
	VALORES ABSOLUTOS	%
Archivo	15	27,8%
Inspección	6	11,1%
Sanción	8	14,8%
NS/NC	25	46,3%
Total	54	

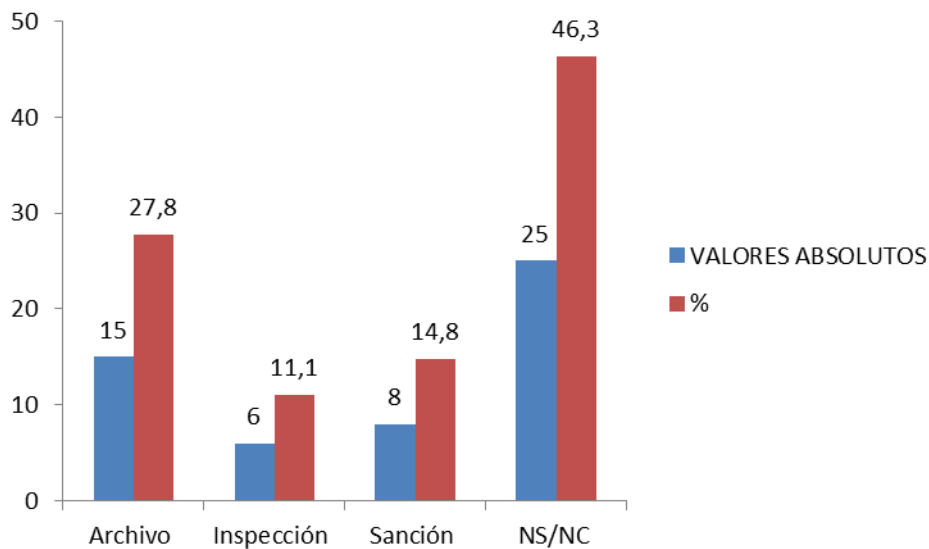


Fig. 42. Resolución de la reclamación; Base 54.

En 25 de los casos, los reclamantes (46,3%) no sabían nada acerca de la reclamación interpuesta, el resto sí sabían decir cómo se había gestionado su reclamación.

Como se puede ver en el gráfico, 6 de las reclamaciones estaban en inspección, 8 habían terminado en sanción y 15 archivadas.

Si se comparan los datos obtenidos en el año 2016 con los de la consulta anterior vemos que, en la resolución de las reclamaciones, han disminuido las que han finalizado en sanciones (pasando del 28,6% al 14,8%).

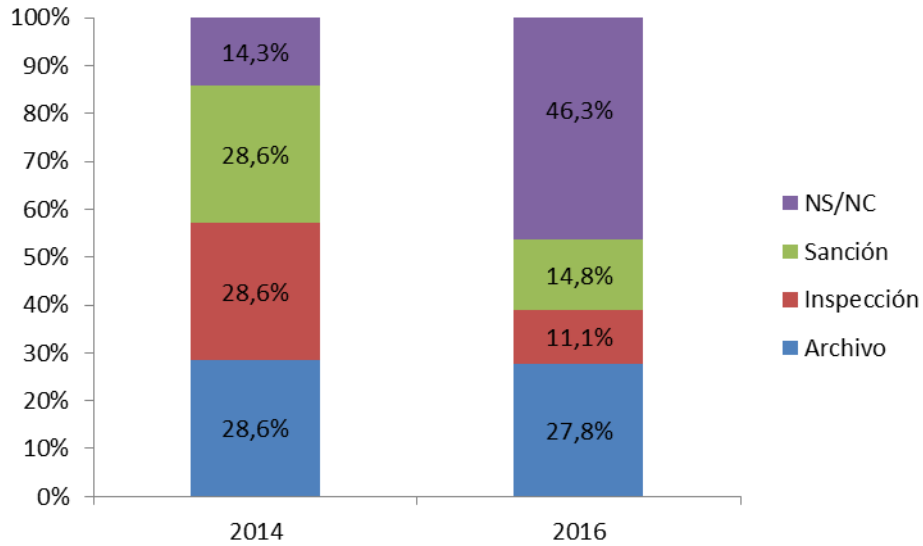
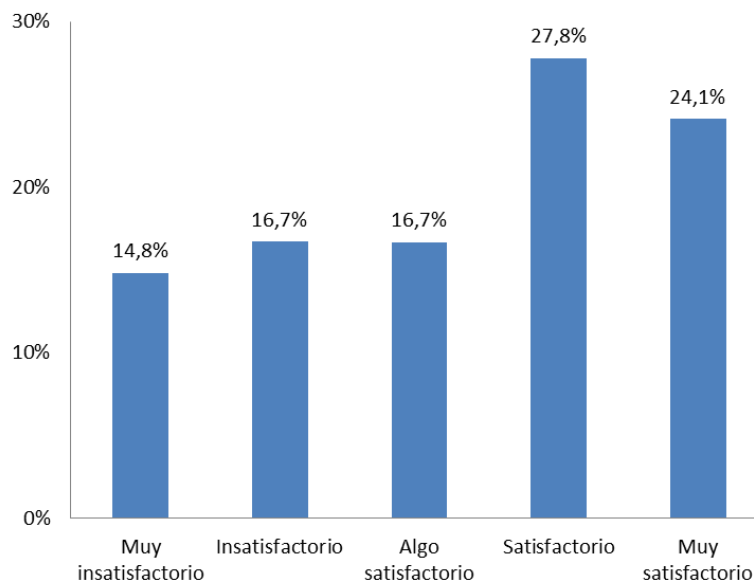


Fig. 43. Resolución de la reclamación; Base: 2014, 56; 2016, 54.

**Pregunta P.4.1.** ¿Podría Indicarnos, también, su grado de satisfacción con los siguientes aspectos?: (conocimiento del estado tramitación).

P4.1-Conocimiento del estado de la tramitación			
		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Muy insatisfactorio	8	14,8%
	Insatisfactorio	9	16,7%
	Algo satisfactorio	9	16,7%
	Satisfactorio	15	27,8%
	Muy satisfactorio	13	24,1%
	NS/NC	0	0,0%
	Total	54	



**Fig. 44. Conocimiento estado tramitación; Base 54.**

Como podemos ver en la tabla de resultados, hay 13 consumidores consultados, en los que su conocimiento de la tramitación es “muy satisfactorio”. También destacan los 15 reclamantes se encuentran “satisfechos” con el conocimiento que tienen del estado de la tramitación, mientras que en 9 de los casos están “insatisfechos”.



En cuanto a los insatisfechos sobre el conocimiento del estado de tramitación, hay casos en que comentan que, pese a la espera que tuvieron que tener para saber el estado de la tramitación, están contentos por haber ganado la reclamación. En otros casos, nos indican que pese a estar en trámites de juicio, merece la pena presentar la reclamación por escrito.

En los 8 casos en los que el reclamante dice estar “muy insatisfecho” con el conocimiento del estado de la tramitación es porque, a día de hoy, todavía no saben nada acerca de la resolución final de la reclamación.

Y, por último, en los 9 casos en los que el reclamante se encuentra “algo satisfecho” es porque, aunque la resolución ha salido a su favor, no era lo que ellos esperaban.

Si se tiene en cuenta las valoraciones recogidas sobre el conocimiento del estado de la tramitación en el año 2015, el 51,9% de los reclamantes consultados realizaron una valoración “satisfactoria” o “muy satisfactoria”.

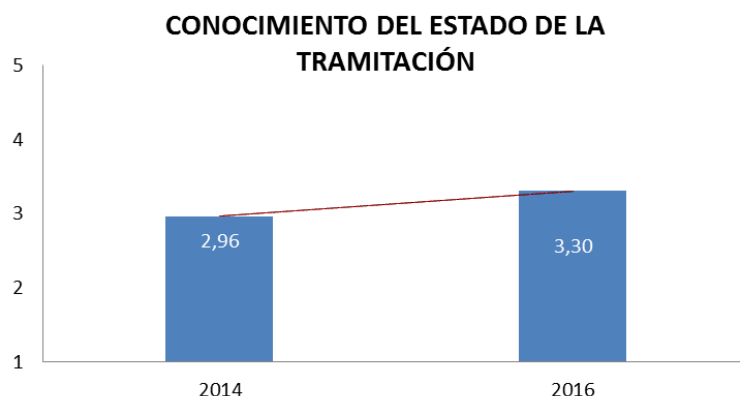


Fig. 45. Conocimiento estado tramitación; Base: 2014, 56.; 2016, 54

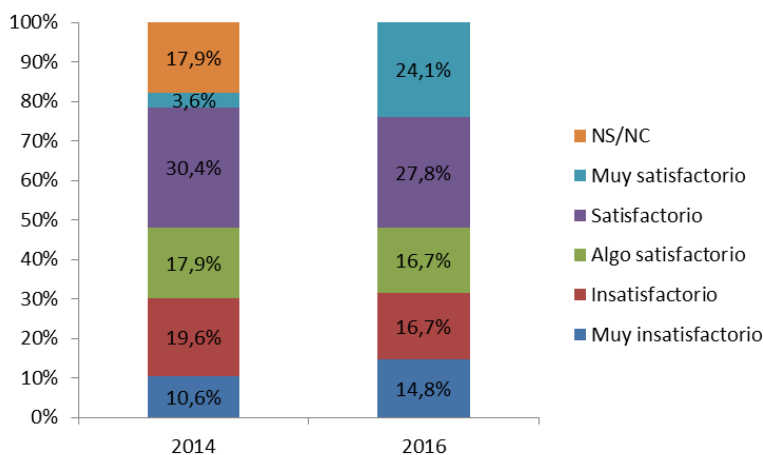
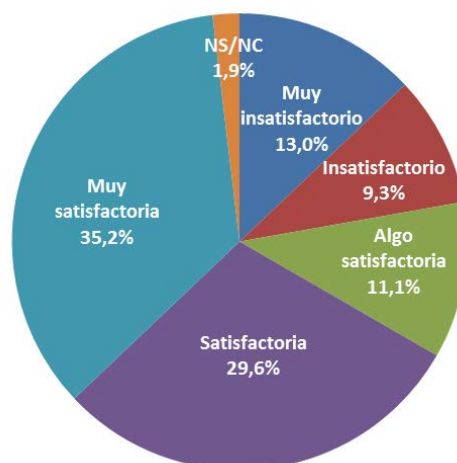


Fig. 46. Conocimiento estado tramitación; Base: 2014, 56; 2016, 54.

**Pregunta P.4.2** ¿Podría indicarnos, también, su grado de satisfacción con los siguientes aspectos?: (claridad en las comunicaciones recibidas)

P4.2-Claridad en las comunicaciones recibidas		
	Frecuencia	Porcentaje
Muy insatisfactorio	7	13,0%
Insatisfactorio	5	9,3%
Algo satisfactoria	6	11,1%
Satisfactoria	16	29,6%
Muy satisfactoria	19	35,2%
NS/NC	1	1,9%
Total	54	



**Fig. 47. Claridad en las comunicaciones; Base 54.**

Hay que destacar el hecho de que el 75,9% de los consultados declaran estar “muy satisfechos, satisfechos o algo satisfechos” en la claridad de las comunicaciones recibidas, y el 22,3% de los casos están “muy insatisfechos o insatisfechos”, puesto que aunque han tenido comunicación, no les ha parecido lo suficientemente clara; el 1,9%, no saben o no contestan.

Se ve que, respecto al año 2014, hay un mayor porcentaje de personas que opinan que las comunicaciones son muy claras, así ha pasado de 50% al 76%, el porcentaje de los casos en que declaran estar satisfechos con la claridad en las comunicaciones. Además debemos de tener en cuenta que, en esta ocasión, el 2% no ha facilitado su opinión al respecto, mientras que en el año 2014 fue así casi el 17,90% de los casos.

**CLARIDAD EN LAS COMUNICACIONES RECIBIDAS**

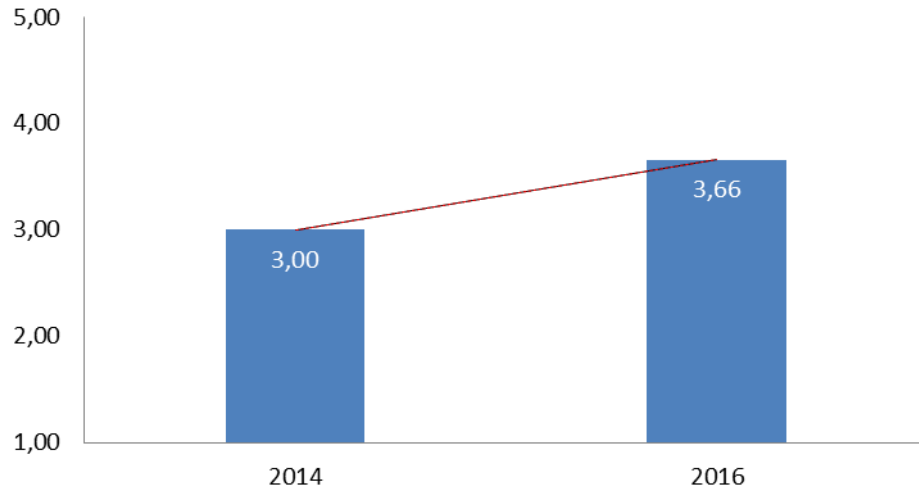


Fig. 48. Claridad en las comunicaciones; Base: 2014, 56; 2016, 54

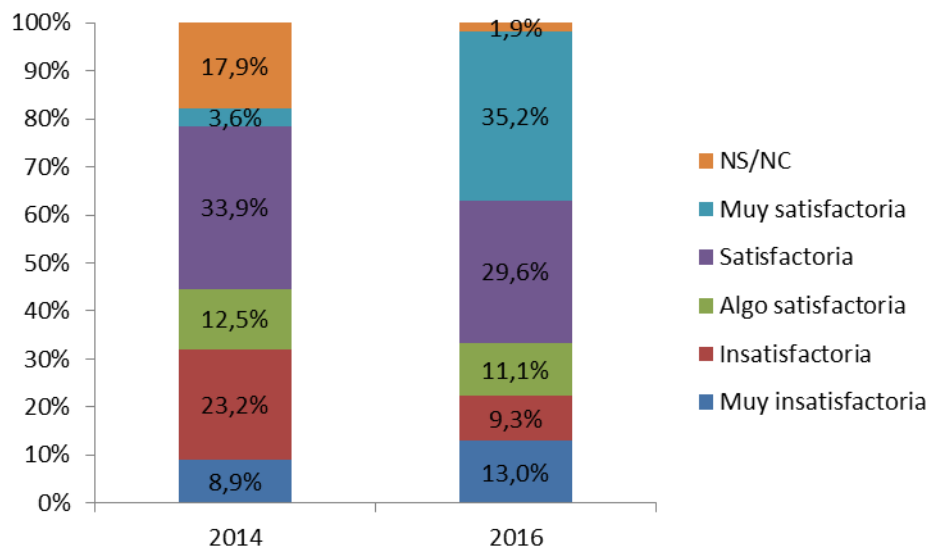


Fig. 49. Claridad en las comunicaciones; Base: 2014, 56; 2016, 54

**Pregunta P.4.3** ¿Podría indicarnos, también, su grado de satisfacción con los siguientes aspectos?: (identificación del órgano gestor en las comunicaciones)

P4.3-Identificación del órgano gestor en las comunicaciones			
		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Muy insatisfactoria	7	13,0%
	Insatisfactoria	4	7,4%
	Algo satisfactoria	12	22,2%
	Satisfactoria	13	24,1%
	Muy satisfactoria	18	33,3%
	NS/NC	0	0,0%
	Total	54	

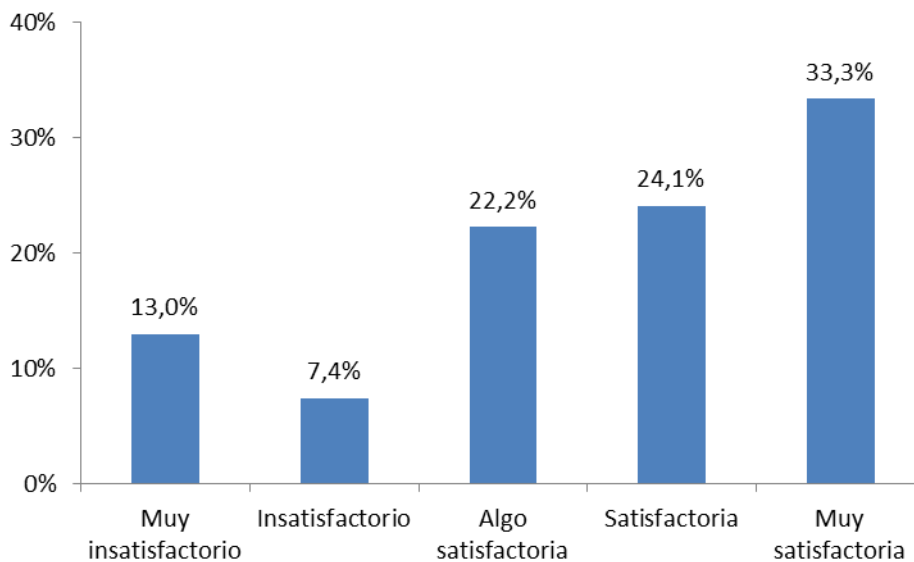


Fig. 50. Identificación del órgano gestor; Base 54.

En cuanto a la identificación del órgano gestor, 11 de los reclamantes comentan que están “insatisfechos” o “muy insatisfechos”, ya que no saben de dónde vino la resolución. Hay que destacar que el 57,4% de los consumidores consultados dan una valoración “satisfactoria” o “muy satisfactoria”.

La media de valoraciones entre el año 2014 y 2016 ha mejorado, en cuanto a la identificación del órgano gestor en las comunicaciones, ya que ha pasado del 3,10 al 3,57.

### IDENTIFICACIÓN DEL ORGANO GESTOR EN LAS COMUNICACIONES

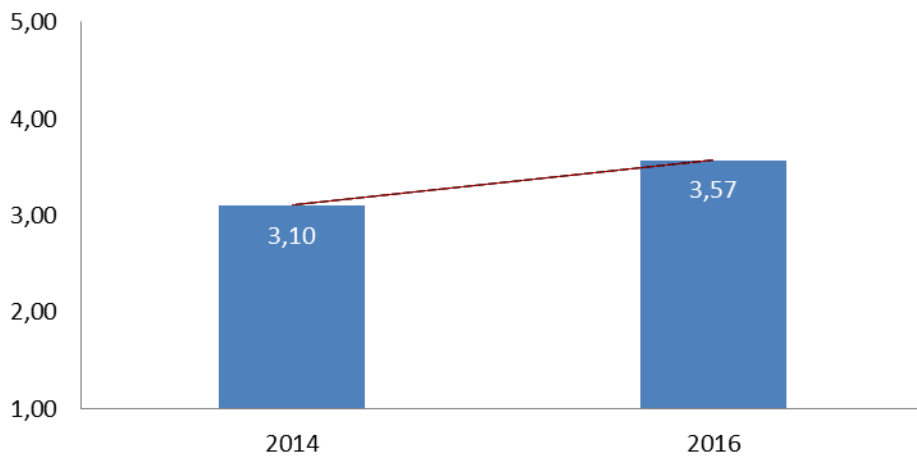


Fig. 51. Identificación del órgano gestor; Base: 2014, 56; 2016, 54.

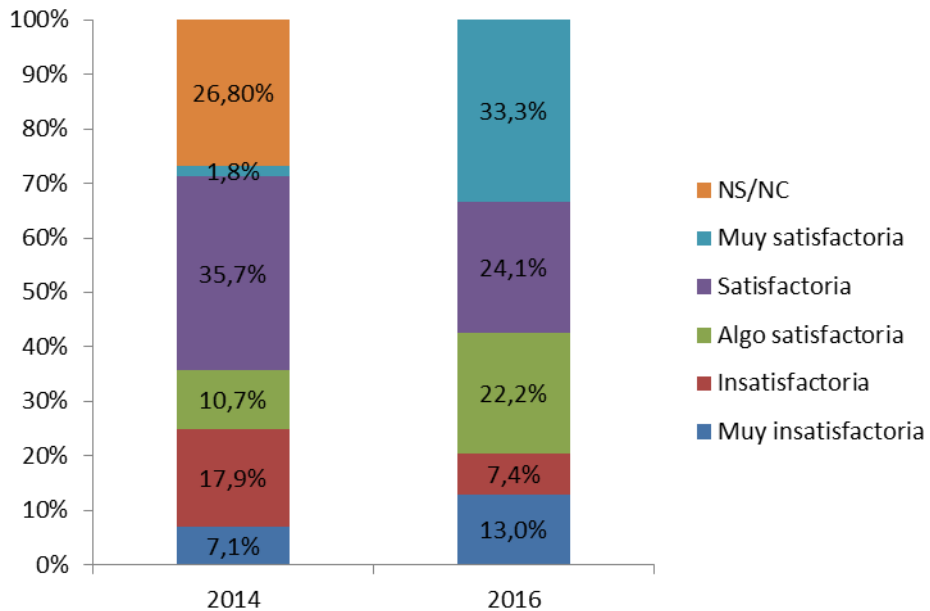


Fig. 52. Identificación del órgano gestor; Base: 2014, 56; 2016, 54.

**Pregunta P.4.4** ¿Podría indicarnos, también, su grado de satisfacción con los siguientes aspectos?: (otros especificar).

Tan sólo uno de los consumidores indica su valoración sobre el agente que tramitó su reclamación, y le pareció “muy satisfactoria”.

**Pregunta P.5.** Y en cuanto al tiempo transcurrido en comunicarle la resolución, ¿qué valoración le merece?

P5-Y en cuanto al tiempo transcurrido en comunicarle la resolución, ¿qué valoración le merece?			
		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Muy largo	14	25,9%
	Largo	10	18,5%
	Normal	11	20,4%
	Corto	11	20,4%
	Muy corto	8	14,8%
	NS/NC	0	0,0%
	Total	54	

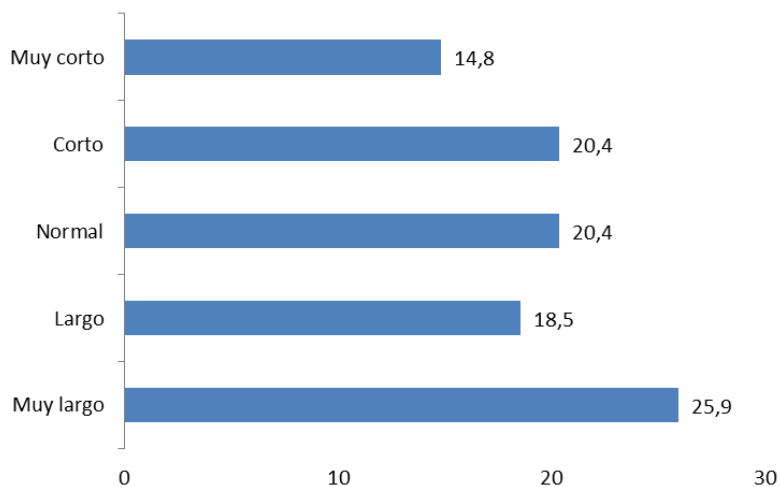


Fig. 53. Tiempo transcurrido; Base: 54.

En esta pregunta podríamos destacar que 24 de los encuestados están insatisfechos, pues comentan que el tiempo transcurrido en comunicarles la resolución fue “largo” o “muy largo”, y 19 de los encuestados dicen estar “satisfechos” con el tiempo transcurrido.

Como se puede observar, comparando el año 2016, respecto al 2014, vemos que ha mejorado la opinión pues la valoración ha pasado de 2,12 puntos a 2,80.

#### EN CUANTO AL TIEMPO TRANSCURRIDO EN COMUNICARLE LA RESOLUCIÓN, ¿QUÉ VALORACIÓN LE MERECE?

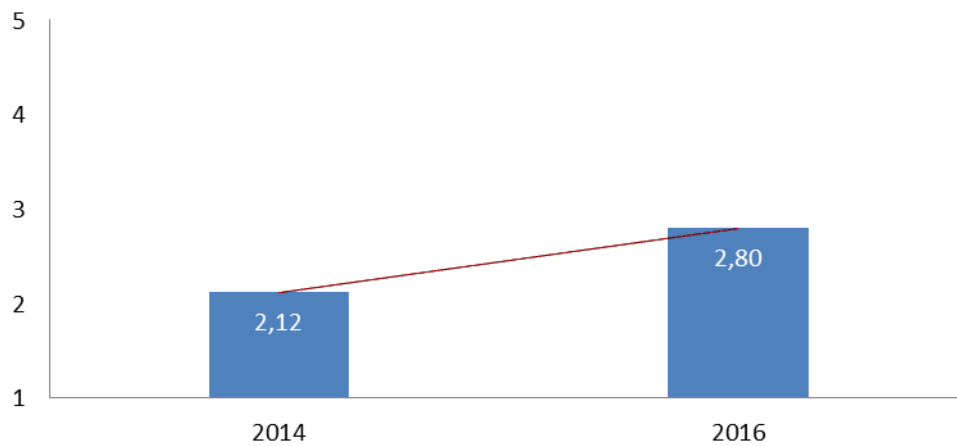


Fig. 54. Tiempo transcurrido; Base: 2014, 56; 2016, 54.

Ha disminuido el porcentaje de casos en los que se considera que el tiempo transcurrido es “muy largo”, pasando de 28,6% a 25,9%, esto es, se ha reducido en 2,7 puntos porcentuales.

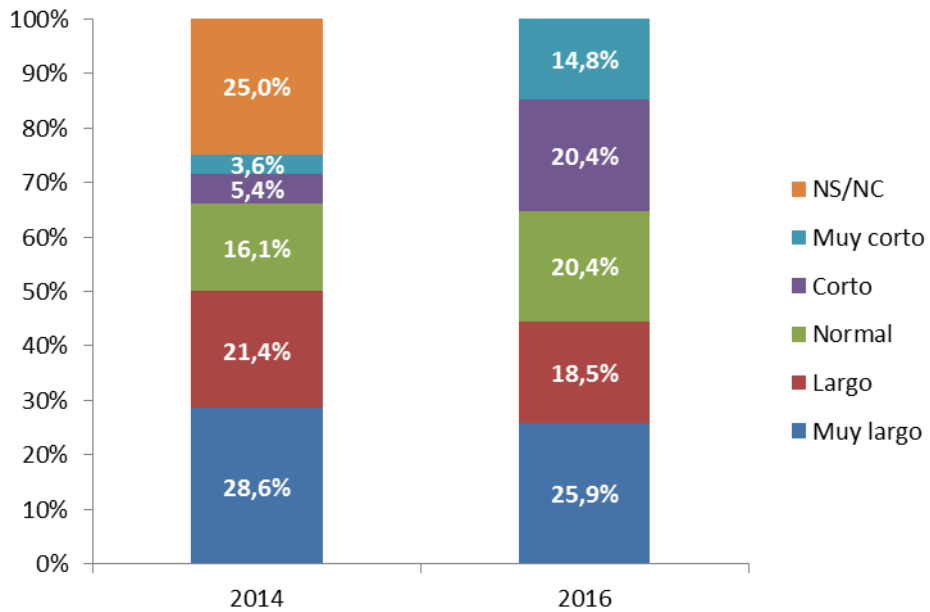
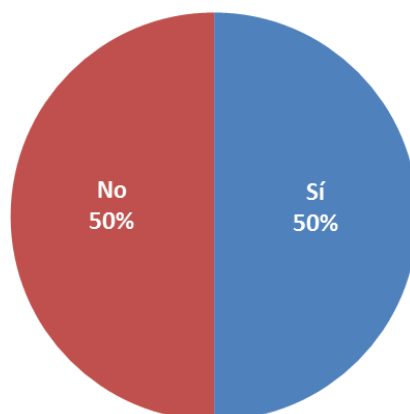


Fig. 55. Tiempo transcurrido; Base: 2014, 56; 2016, 54.



**Pregunta P.6.** ¿Sabía usted que la tramitación de su reclamación ha pasado a la Oficina de Investigación de Consumo del Ayuntamiento para su resolución?

P6-¿Sabía usted que la tramitación de su reclamación ha pasado a la Oficina de Investigación de Consumo del Ayuntamiento para su resolución?			
		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Si	27	50,0%
	No	27	50,0%
	Total	54	



*Fig. 56. Conocimiento OIC. Base 54.*

La mitad de los consumidores consultados desconocían que la tramitación de su reclamación había pasado a la OIC, pensaban que su reclamación continuaba en la Oficina donde la habían tramitado.

Se observa que en el año 2016 hay un mejor conocimiento de que las reclamaciones han pasado a la Oficina de Investigación de Consumo que en el 2014; en concreto se da un incremento de 26,8 puntos en cuanto a los consumidores que conocían que su reclamación había sido derivada a la OIC.

Encuesta de satisfacción sobre las actividades del Servicio de Inspección de Consumo  
 4. Indicadores Globales  
 4.1 Valor medio de satisfacción del cliente en la Inspección de Consumo

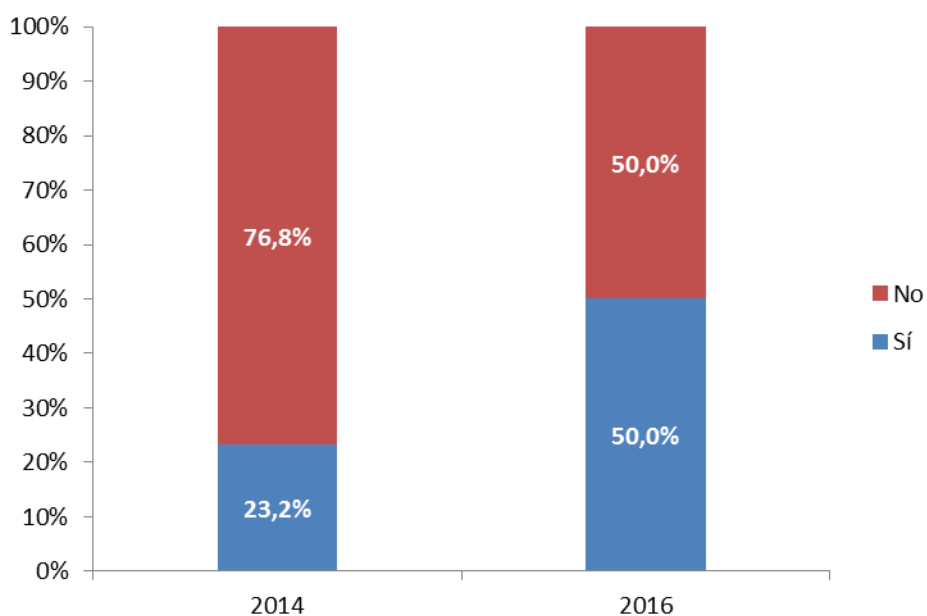


Fig. 57. Conocimiento OIC. Base: 2014, 56; 2016, 54.

**Pregunta P.7** ¿Sabía usted que la Oficina de Investigación de Consumo del Ayuntamiento realiza funciones de Inspección e Investigación con el objetivo de mejorar la protección de los consumidores?

P7-¿Sabía usted que la Oficina de Investigación de Consumo del Ayuntamiento realiza funciones de Inspección e Investigación con el objetivo de mejorar la protección de los consumidores?			
		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Sí	26	48,1%
	No	28	51,9%
	Total	54	

**P7-¿Sabía usted que la Oficina de Investigación de Consumo del Ayuntamiento realiza funciones de inspección e investigación con el objetivo de mejorar la protección de los consumidores?**

■ Sí ■ No

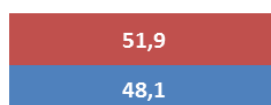


Fig. 58. Conocimiento OIC. Base 54.

El 48,1% de los consumidores reclamantes declaran tener conocimiento sobre las funciones de inspección e investigación llevadas a cabo por la Oficina de Investigación de Consumo, con el objetivo de mejorar la protección de los consumidores.

Se aprecia un considerable descenso en cuanto al conocimiento de las funciones de inspección e investigación que lleva a cabo la oficina de investigación de consumo, pues pasa del 76,9% al 48,1%. Hay que dejar claro que este cambio se puede deber, sobre todo, a que se pregunta a distintas personas cada año, en concreto a los consumidores que han presentado una reclamación en 2015 y a que han respondido más reclamantes a esta pregunta.

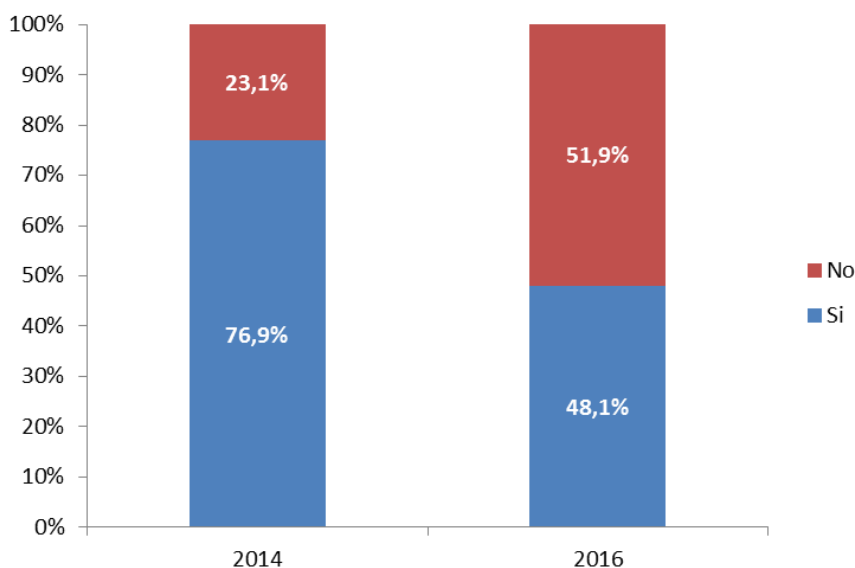


Fig. 59. Conocimiento OIC. Base: 2014, 56; 2016, 54.

**Pregunta P.8** ¿Podría indicar su grado de satisfacción general con la resolución recibida a la reclamación interpuesta por usted?

P8-¿Podría indicar su grado de satisfacción general con la resolución recibida a la reclamación interpuesta por usted?			
		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Muy insatisfactorio	9	16,7%
	Insatisfactorio	6	11,1%
	Algo satisfactorio	9	16,7%
	Satisfactorio	9	16,7%
	Muy satisfactorio	21	38,9%
	NS/NC	0	0,0%
	Total	54	

Encuesta de satisfacción sobre las actividades del Servicio de Inspección de Consumo  
 4. Indicadores Globales  
 4.1 Valor medio de satisfacción del cliente en la Inspección de Consumo

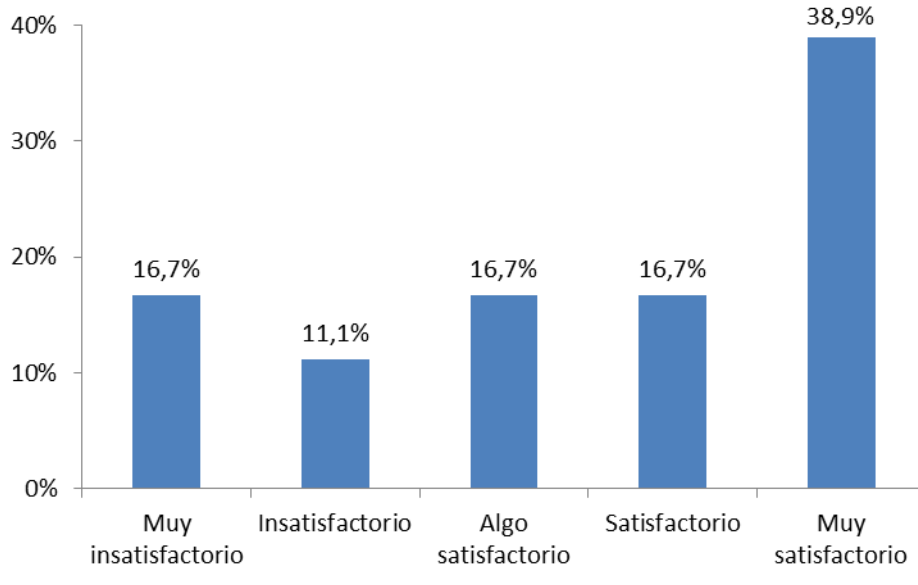


Fig. 60. Satisfacción Resolución; Base 54.

Respecto a la satisfacción con la resolución de su reclamación, hay que resaltar que el 38,9% de los consultados declararon estar muy satisfechos con la resolución, y el 16,7% estar satisfechos. También representó el 16,7% los consumidores que declararon estar muy insatisfechos con la resolución. En algunos casos porque, aunque la resolución haya sido a su favor, no era lo que ellos esperaban y, en otros casos, porque la resolución no ha salido a su favor.

¿PODRÍA INDICAR SU GRADO DE SATISFACCIÓN GENERAL CON LA RESOLUCIÓN RECIBIDA A LA RECLAMACIÓN INTERPUESTA POR USTED?

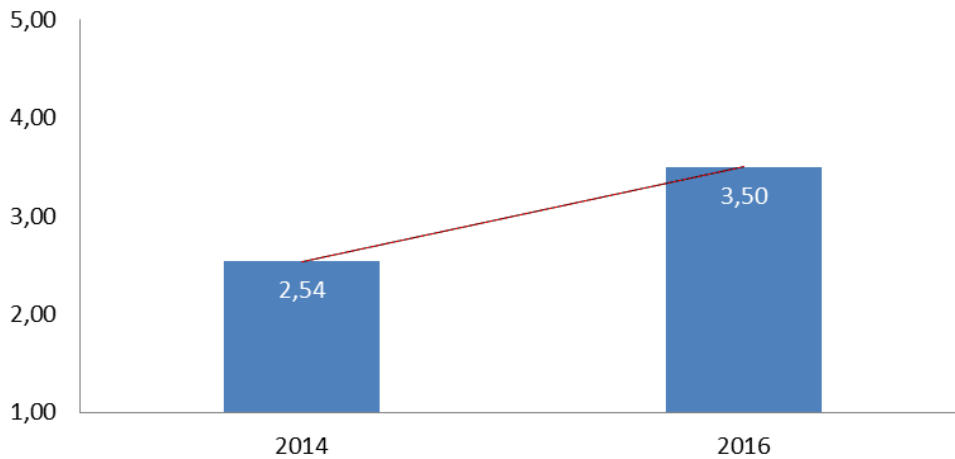


Fig. 61. Satisfacción Resolución; Base: 2014, 56; 2016, 54.

Si se comparan los datos obtenidos en el año 2016 con los obtenidos en 2014, podemos ver que la satisfacción con la resolución ha sido mucho mejor, pues ha aumentado mucho la percepción de “muy satisfactoria”, en concreto ha sido 37,1 puntos superior al resultado obtenido en 2014.

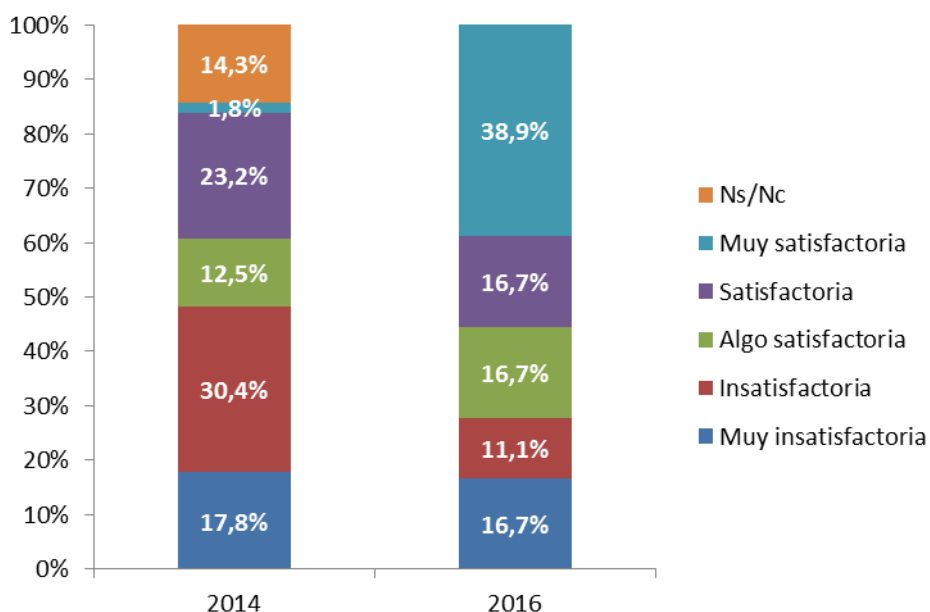


Fig. 62. Satisfacción Resolución; Base: 2014, 56; 2016, 54.

**Pregunta P.9 ¿Por qué?**

Al preguntarles por qué estaban satisfechos o no con la resolución de su reclamación las respuestas han sido muy dispares. Los que más satisfechos están son los que han tenido la resolución a su favor. En estos casos comentan que han sido muy bien atendidos. En otros casos, a pesar de no habersele comunicado la resolución, también dicen estar satisfechos.

Por otra parte, los que menos satisfechos están son los que han recibido una resolución a su reclamación desfavorable. También hay gente que se queja porque no han sabido en qué quedó la resolución, esto es, si sancionaron o no a la empresa a la que reclamaron o también se quejan porque no se han puesto en contacto con ellos desde la OIC.

### **Pregunta P.10. Después de esta resolución, ¿usted ha cambiado su forma de pensar a la hora de hacer otra reclamación?**

Los consumidores están satisfechos con la OIC y consideran que es útil; de hecho, la mayoría de los consultados opinan que sus expectativas son aún mayores ahora que han realizado una reclamación. En otros casos opinan que la reclamación no iba a tener frutos y que ahora reconoce el valor de poner una reclamación.

En cuanto a los consumidores insatisfechos con la gestión de la OIC, algunos opinan que no es útil reclamar a grandes entidades y otros dicen que la reclamación está parada y eso desalienta a la hora de poner otra reclamación u opinan que no sirve de nada poner una reclamación.

### **3.3.2 Resultados de las entrevistas telefónicas a empresas reclamadas por los consumidores**

En este apartado se analizan los resultados obtenidos tras la realización de entrevistas a las empresas que han recibido alguna reclamación por parte de los consumidores en el año 2015.

El objetivo de este estudio es evaluar, a lo largo del tiempo, el grado de satisfacción de las empresas sobre las gestiones realizadas por la Oficina Municipal de Investigación de Consumo en la resolución final de la reclamación.

### **Pregunta P1.- ¿Recuerda usted que un consumidor le puso una reclamación por el motivo...?**

Todas las empresas que habían tenido alguna reclamación en 2015 y que dieron su valoración conocían la reclamación que les habían interpuesto.

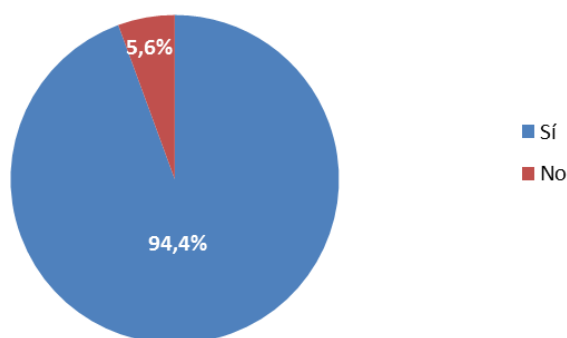
<b>P1-¿Recuerda usted que un consumidor le puso una reclamación por el motivo...?</b>			
		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Sí	18	100%

En el año 2016, como ya ocurrió en el año 2014, todas las empresas eran conocedoras de la reclamación que habían tenido por parte de algún consumidor.

**Pregunta P2.- ¿Conoce su empresa la Oficina de Investigación de Consumo del Ayuntamiento?**

P2-¿Conoce su empresa la Oficina de Investigación de Consumo del Ayuntamiento?			
		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Sí	17	94,4%
	No	1	5,6%
	Total	18	

**P2-¿Conoce su empresa la Oficina de Investigación de Consumo del Ayuntamiento?**



*Fig. 63. Conocimiento OIC. Base 18.*

Analizando los datos, vemos que prácticamente la totalidad de empresas encuestadas conocían la Oficina de Investigación de Consumo del Ayuntamiento, tan sólo una de ellas dijo desconocer la misma.

Si se comparan los datos obtenidos en el año 2016 con los del 2014, podemos observar que año a año se va incrementando el conocimiento que tienen las empresas sobre la existencia de la Oficina de Investigación de Consumo del Ayuntamiento pues las empresas que declaran conocerla han pasado de representar el 91,7% en 2014, un porcentaje ya de por sí muy elevado, al 94,4% en 2016.

Encuesta de satisfacción sobre las actividades del Servicio de Inspección de Consumo  
 4. Indicadores Globales  
 4.1 Valor medio de satisfacción del cliente en la Inspección de Consumo

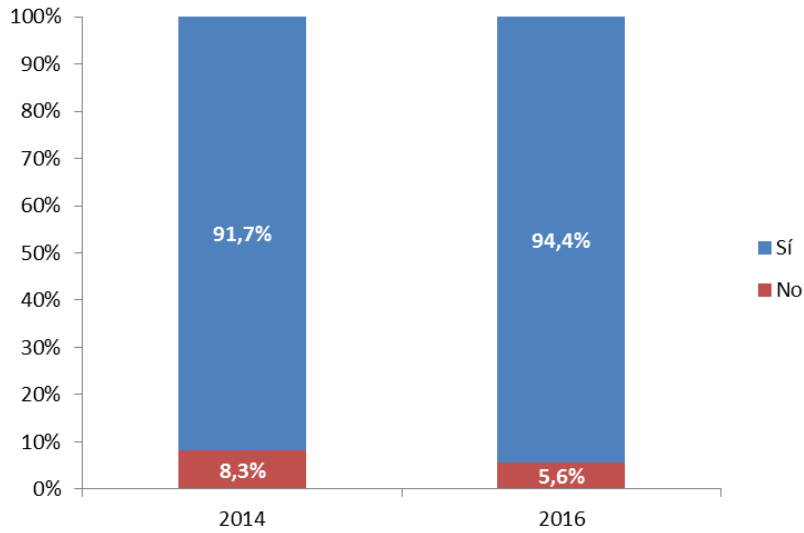


Fig. 64. Conocimiento OIC. Base: 2014, 24; 2016, 18.

**Pregunta P3.-** ¿Se ha contactado con su empresa, en algún momento desde la Oficina de Investigación de Consumo del Ayuntamiento?

P3-¿Se ha contactado con su empresa, en algún momento desde la Oficina de Investigación de Consumo del Ayuntamiento?			
		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Sí	16	88,9%
	No	2	11,1%
	Total	18	



**P3-¿Se ha contactado con su empresa, en algún momento, desde la Oficina de Investigación de Consumo del Ayuntamiento?**

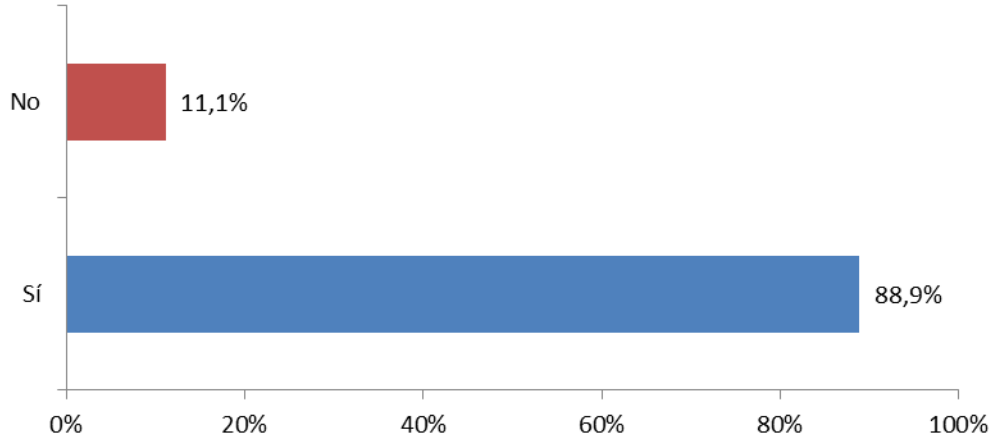


Fig. 65. Contacto con OIC. Base 18.

En cuanto al contacto de la OIC con las empresas, el 88,9% de las empresas consultadas indicaron que se había contactado con ellas desde la Oficina Municipal de Investigación de Consumo.

Vemos que, en el año 2016 ha aumentado el porcentaje de empresas que declaran haber sido contactadas por el personal de la Oficina Municipal de Investigación de Consumo, pasando del 66,7% en 2014 al 88,9% en 2016, por lo que ha aumentado en 22,2 puntos respecto a 2014.

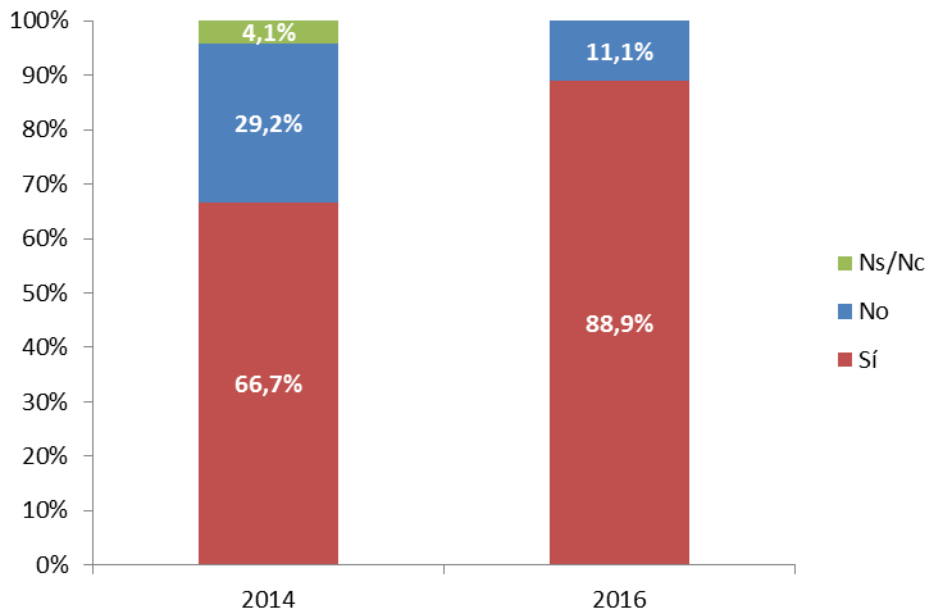
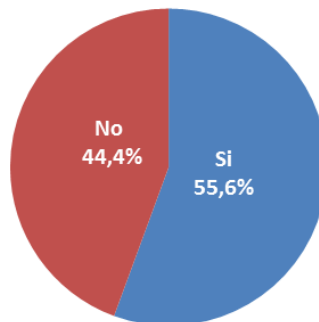


Fig. 66. Contacto con OIC. Base: 2014, 24; 2016, 18.

**Pregunta P4.-** ¿Se le ha realizado una visita de Inspección para la resolución de la reclamación?

P4-¿Se le ha realizado una visita de Inspección para la resolución de la reclamación?			
		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Sí	10	55,6%
	No	8	44,4%
	NS	0	0,0%
	Total	18	

**P4-¿Se le ha realizado una visita de Inspección para la resolución de la reclamación?**



*Fig. 67. Visita de Inspección. Base 18.*

En el 55,6% de las empresas consultadas, nos indicaron que habían tenido una visita de inspección para la resolución de la reclamación.

Analizando la comparativa entre 2014 y 2016, podemos decir que las visitas de inspección realizadas han aumentado, pues han pasado del 50% en 2014 al 55,6% en 2016.

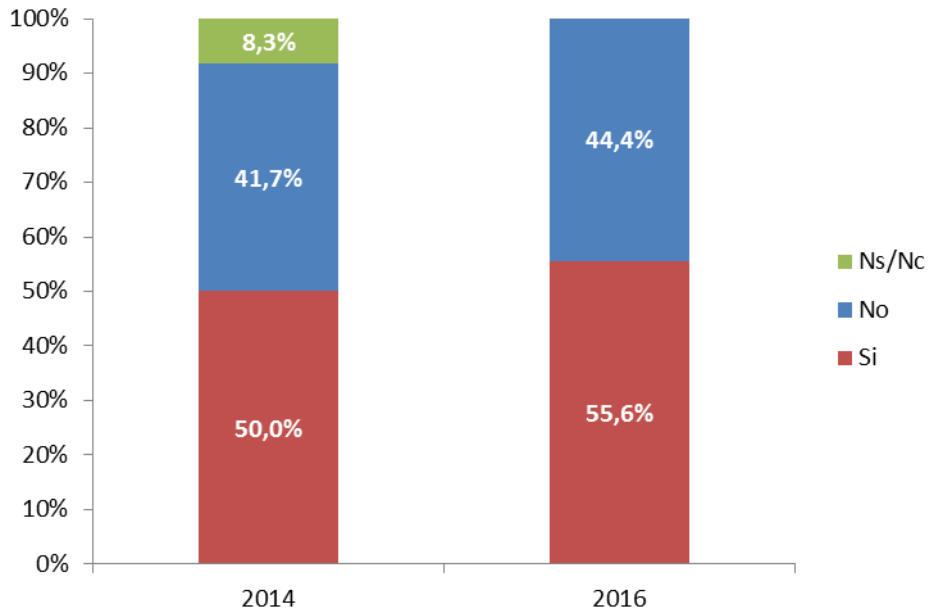
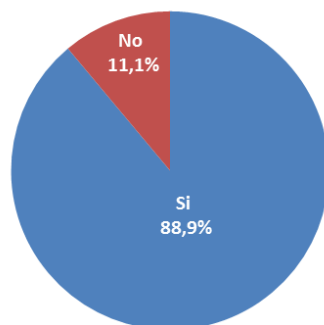


Fig. 68. Visita de Inspección. Base: 2014, 24; 2016, 18.

**Pregunta P5.-** ¿Le ha requerido la Oficina de Investigación de Consumo del Ayuntamiento algún tipo de documentación?

P5-¿Le ha requerido la Oficina de Investigación de Consumo del Ayuntamiento algún tipo de documentación?			
		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Sí	16	88,9%
	No	2	11,1%
	NS	0	0,0%
	Total	18	

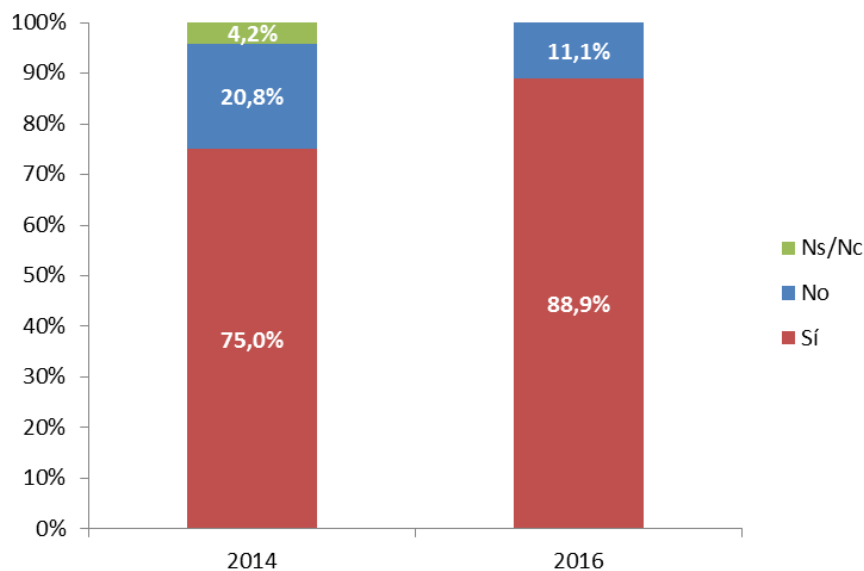
**P5-¿Le ha requerido la Oficina de Investigación de Consumo del Ayuntamiento algún tipo de documentación?**



*Fig. 69. Requerimiento documentación. Base 18.*

El 88,9% de las empresas declararon que se les había requerido documentación por parte del inspector, cuando les realizó la inspección de la OIC.

El requerimiento de documentación, por parte de la Oficina de Investigación de Consumo, ha sido superior en el año 2016 (88,9%), respecto al año 2014 (75,0%), es decir, ha sido 13,9 puntos superior.

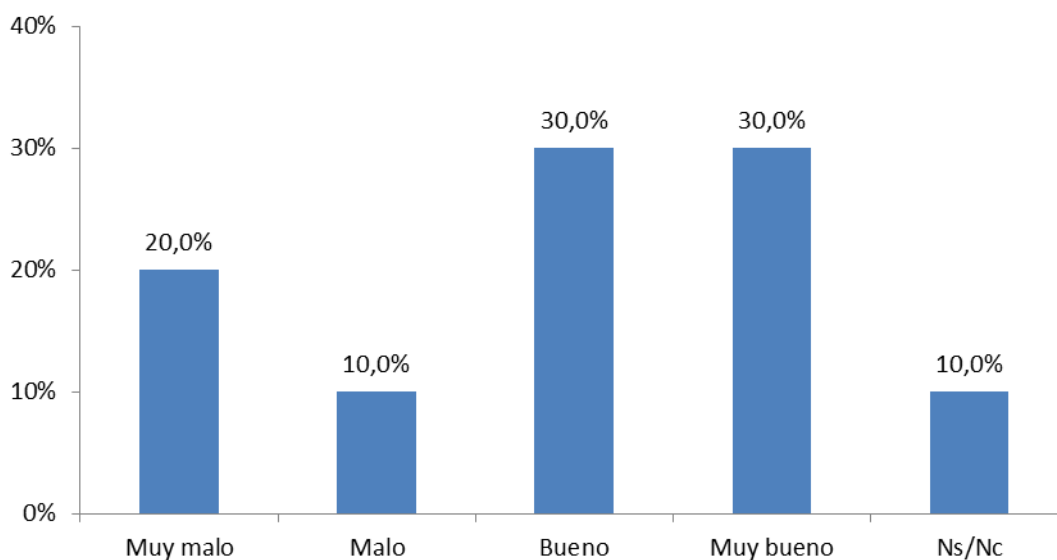


*Fig. 70. Requerimiento documentación. Base: 2014, 24; 2016, 18.*

**Pregunta P6.** Si en P4 contestó “Sí”.- ¿Cómo valora el trato del Inspector en la Inspección de Consumo para la resolución de la reclamación?

P6-¿Cómo valora el trato del Inspector en la Inspección de Consumo para la resolución de la reclamación?			
		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Muy malo	2	20,0%
	Malo	1	10,0%
	Bueno	3	30,0%
	Muy bueno	3	30,0%
	Ns/Nc	1	10,0%
	Total	10	

**P6-¿Cómo valora el trato del inspector en la Inspección de consumo para la resolución de la reclamación?**



*Fig. 71. Trato del Inspector. Base 10.*

Quando se consultó a las empresas reclamadas si habían recibido la visita de un inspector de consumo, en 10 casos contestaron afirmativamente. A estos 10 casos se les consultó sobre su valoración del trato recibido por parte del inspector. El 60% de las empresas indicaron que el trato recibido, por parte del inspector, fue “bueno” o “muy bueno”.

El porcentaje de las empresas que consideraron el trato del inspector como “malo” o “muy malo” fue del 30%.

En general se observa, por parte de las empresas que han recibido la visita de un Inspector de Consumo, una opinión favorable del trato recibido.

**¿CÓMO VALORA EL TRATO DEL INSPECTOR EN LA INSPECCIÓN DE CONSUMO PARA LA RESOLUCIÓN DE LA RECLAMACIÓN?**

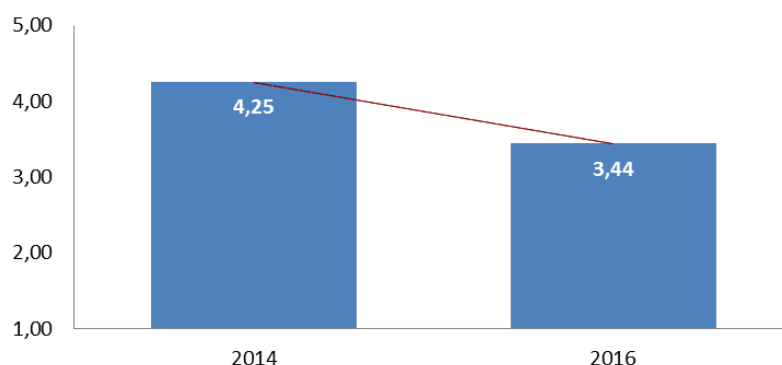


Fig. 72. Trato del Inspector. Base: 2014, 24; 2016, 10.

Comparando los datos con el año 2014, se puede ver que ha bajado la valoración que se tiene sobre el trato dado por el inspector a las empresas pues en el año 2014 el 33,3% de las empresas consideran que ha sido “muy bueno”, cuando en el año 2016 ha tenido esta consideración el 30% de los informantes.

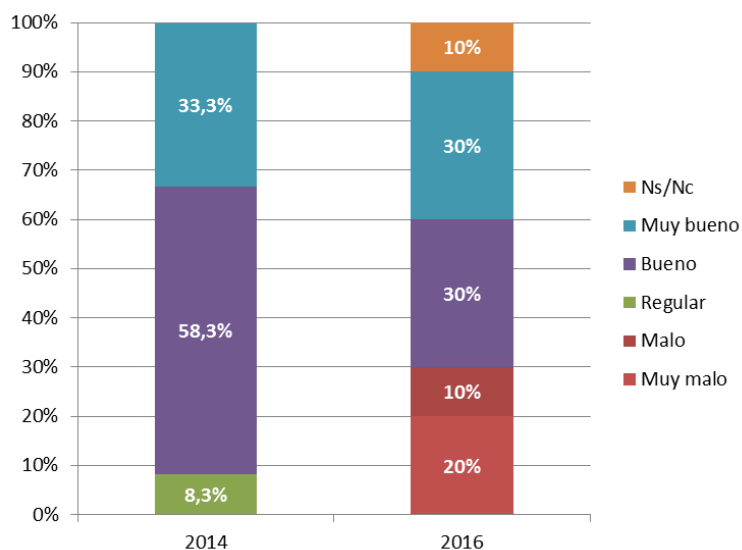
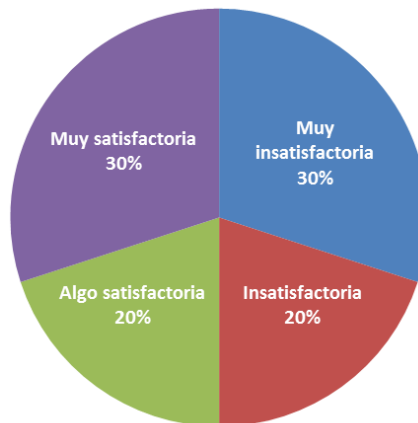


Fig. 73. Trato del Inspector. Base: 2014, 24; 2016, 10.

**Pregunta P7.- ¿Cómo valora la información proporcionada sobre el motivo de la Inspección?**

P7-¿Cómo valora la información proporcionada sobre el motivo de la Inspección?			
		Frecuencia	Porcentaje
	Muy insatisfactoria	3	30,0%
	Insatisfactoria	2	20,0%
	Algo satisfactoria	2	20,0%
	Muy satisfactoria	3	30,0%
	Total	10	

**P7-¿Cómo valora la información proporcionada sobre el motivo de la inspección?**



*Fig. 74. Información proporcionada por el Inspector. Base 10.*

En esta pregunta se observa que, en el 27,8% de los casos, las empresas tienen una valoración positiva sobre la información recibida en la Inspección, ya que opinan que es “algo satisfactoria” o “muy satisfactoria”.

**¿CÓMO VALORA LA INFORMACIÓN PROPORCIONADA SOBRE EL MOTIVO DE LA INSPECCIÓN?**

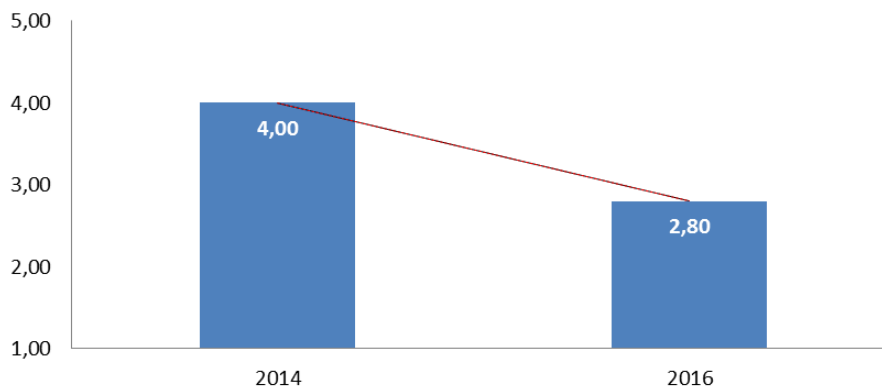


Fig. 75. Información proporcionada por el Inspector. Base: 2014, 24; 2016, 10.

Analizando la comparativa entre 2014 y 2016, se ve que la distribución en 2016 está al 50% entre los satisfechos (muy satisfechos, satisfechos o algo satisfechos) y entre los que no están (insatisfechos o muy insatisfechos). No ha habido ninguna respuesta NS/NC, cosa que en 2014 superaba el 20%. Se puede observar que en 2014 no hubo nadie insatisfecho ni muy insatisfecho.

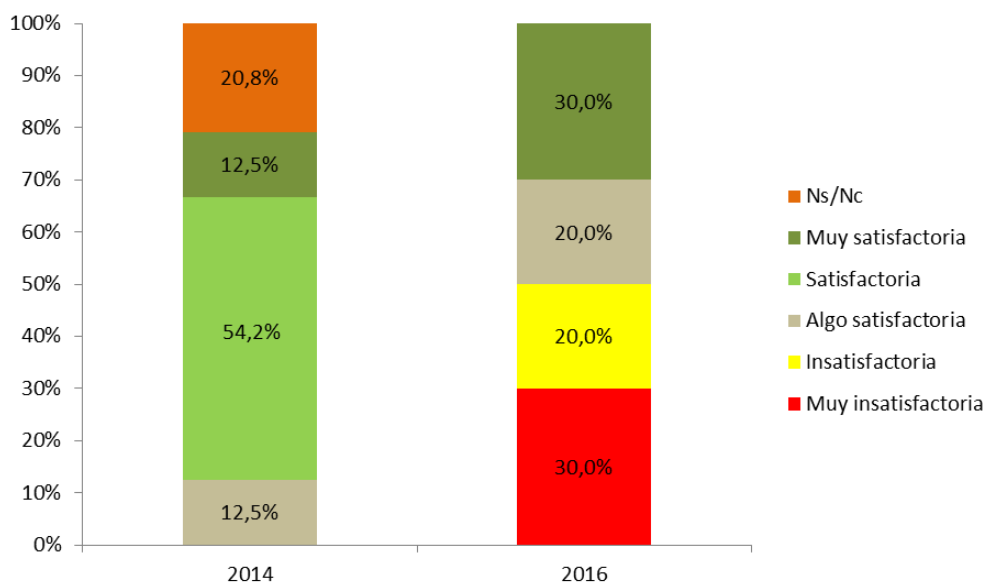


Fig. 76. Información proporcionada por el Inspector. Base: 2014, 24; 2016, 10.



**Pregunta P7bis.- ¿Cómo valora las vías de comunicación ofrecidas por la Inspección?**

P7bis.-¿Cómo valora las vías de comunicación ofrecidas por la Inspección?			
		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Insatisfactoria	2	20,0%
	Algo satisfactoria	2	20,0%
	Satisfactoria	2	20,0%
	Muy satisfactoria	4	40,0%
	Total	10	



**Fig. 77. Vías de comunicación ofrecidas por la Inspección. Base 10.**

Si se tiene en cuenta las vías de comunicación ofrecidas por la inspección, la valoración ha sido positiva, pues el 60,0% de las empresas opinaron que la información proporcionada fue “satisfactoria” o “muy satisfactoria” y tan sólo el 20,0% de las empresas opinaron que la información proporcionada fue “insatisfactoria”. Con ese mismo porcentaje, un 20% estaría la respuesta de “algo satisfactoria”.

Ninguna empresa opinó que la información proporcionada fue “muy insatisfactoria”.

No se puede ofrecer comparativas entre el año 2016 y anteriores debido a que esta pregunta no fue formulada con anterioridad.

**Pregunta P8.-** En caso de que haya tenido que corregir alguna deficiencia ¿Cómo valora la información proporcionada por el Inspector?

P8- En caso de que haya tenido que corregir alguna deficiencia, ¿cómo valora la información proporcionada por el Inspector?			
		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Muy Insatisfactoria	3	33,3%
	Algo satisfactoria	3	33,3%
	Satisfactoria	2	22,2%
	Muy satisfactoria	1	11,1%
	Total	9	



**Fig. 78. Información proporcionada por el Inspector. Base 9.**

La percepción sobre la información facilitada por el inspector, teniendo en cuenta la opinión de las empresas que han tenido que corregir alguna deficiencia, bien tras la visita realizada o bien a través de un requerimiento por escrito, la valoración no ha sido muy positiva, pues el 33,3% de las empresas opinaron que la información proporcionada fue “satisfactoria” o “muy satisfactoria”, otro 33,3% de las empresas consideraron que fue “algo satisfactoria” y, por último, otro 33,3% opinaron que la información proporcionada por el inspector fue “muy insatisfactoria”.

**EN CASO DE QUE HAYA TENIDO QUE CORREGIR ALGUNA DEFICIENCIA, ¿CÓMO VALORA LA INFORMACIÓN PROPORCIONADA POR EL INSPECTOR?**

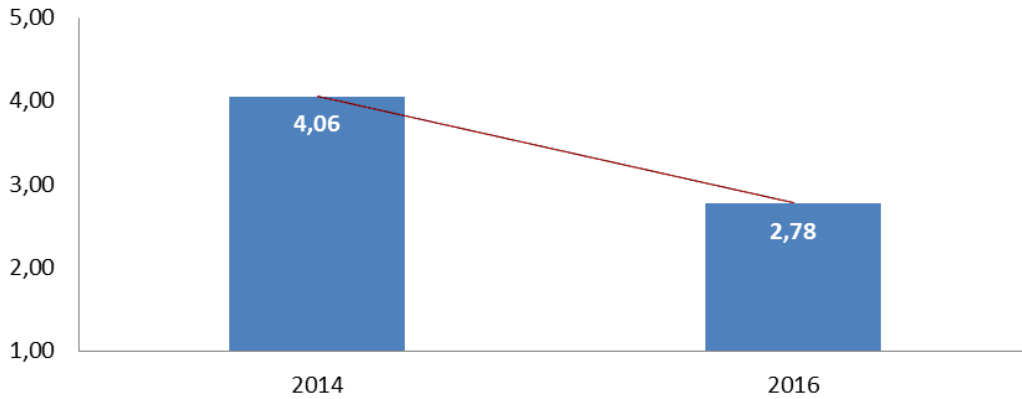


Fig. 79. Información proporcionada por el Inspector. Base: 2014, 24; 2016, 9.

En el año 2016, la sensación de las empresas que han tenido que corregir alguna deficiencia, en cuanto a la información proporcionada por el inspector, ha sido de menor calidad que en el año 2014 pues el porcentaje de los que consideran que ha sido “muy satisfactoria” ha pasado del 23,6% en el año 2014 al 11,1% en el 2016, y se ha reducido la proporción de empresas que consideraron que la información aportada era satisfactoria, pasando del 58,8% en 2014 al 22,2% en 2016. A destacar el 33,3% de las empresas que consideraron que la información proporcionada era muy insatisfactoria, siempre teniendo en cuenta que ese porcentaje sólo representa a 3 empresas, que pueden estar molestas por haber tenido que corregir deficiencias.

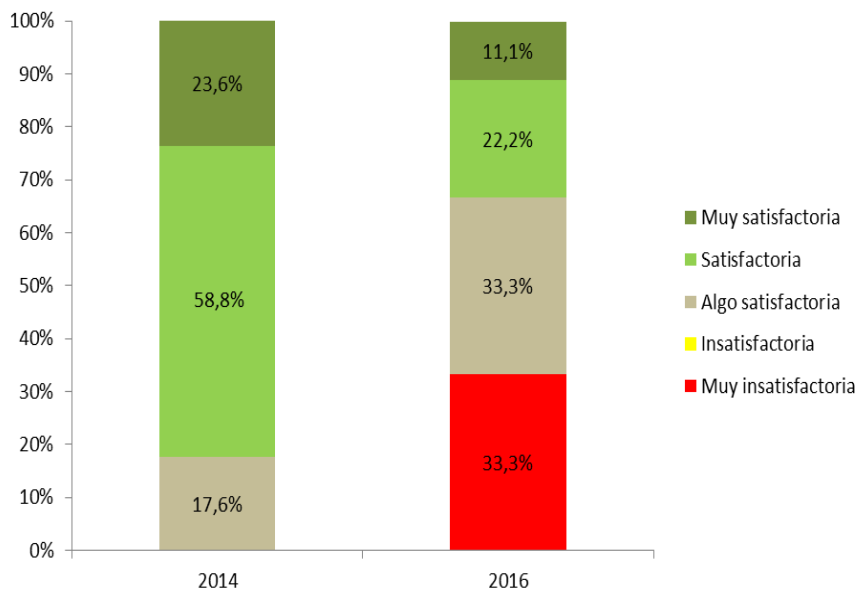
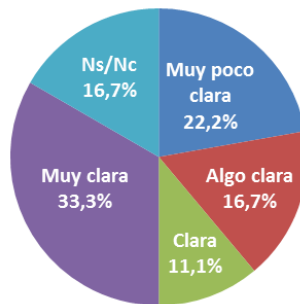


Fig. 80. Información proporcionada por el Inspector. Base: 2014, 24; 2016, 9.

**Pregunta P9.- ¿Cómo valora la claridad de las comunicaciones efectuadas por la Inspección de la Oficina de Investigación de Consumo del Ayuntamiento?**

P9.-¿Cómo valora la claridad de las comunicaciones efectuadas por la Inspección de la Oficina de Investigación de Consumo del Ayuntamiento?			
		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Muy poco clara	4	22,2%
	Algo clara	3	16,7%
	Clara	2	11,1%
	Muy clara	6	33,3%
	NS/NC	3	16,7%
	Total	18	

**P9.-¿Cómo valora la claridad de las comunicaciones efectuadas por la inspección de la Oficina de Investigación de consumo del Ayuntamiento?**



**Fig. 81. Claridad en las comunicaciones. Base 18.**

El 44,4% de las empresas consultadas considera que las comunicaciones efectuadas por la inspección de la Oficina de Investigación de Consumo del Ayuntamiento fueron “claras” o “muy claras”. Sin embargo, el 22,2% de las empresas consideraron que las comunicaciones fueron “muy poco claras”.

**¿CÓMO VALORA LA CLARIDAD DE LAS COMUNICACIONES EFECTUADAS POR LA INSPECCIÓN DE LA OFICINA DE INVESTIGACIÓN DE CONSUMO DEL AYUNTAMIENTO?**

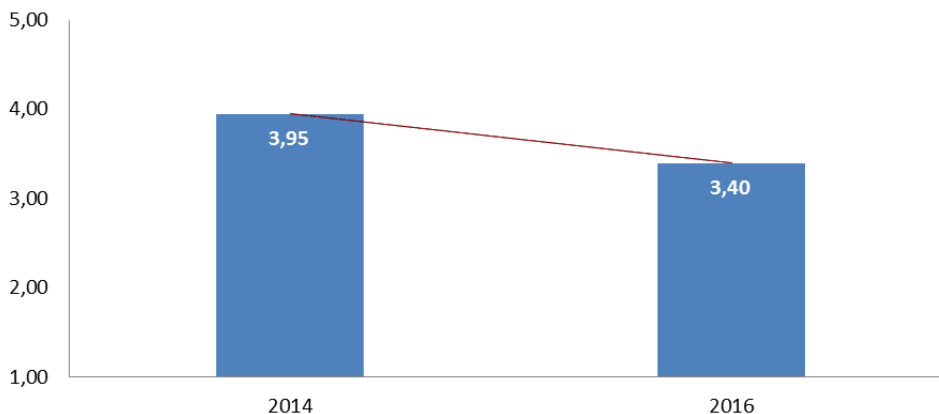


Fig. 82. Claridad en las comunicaciones. Base: 2014, 24; 2016, 18.

En el año 2016 se aprecia una menor claridad en las comunicaciones recibidas pues, si bien la consideración de que han sido “muy claras” ha aumentado del 12,5% al 33,3%, la proporción de empresas que han considerado que eran unas comunicaciones “claras” ha descendido del 62,5% al 11,1%.

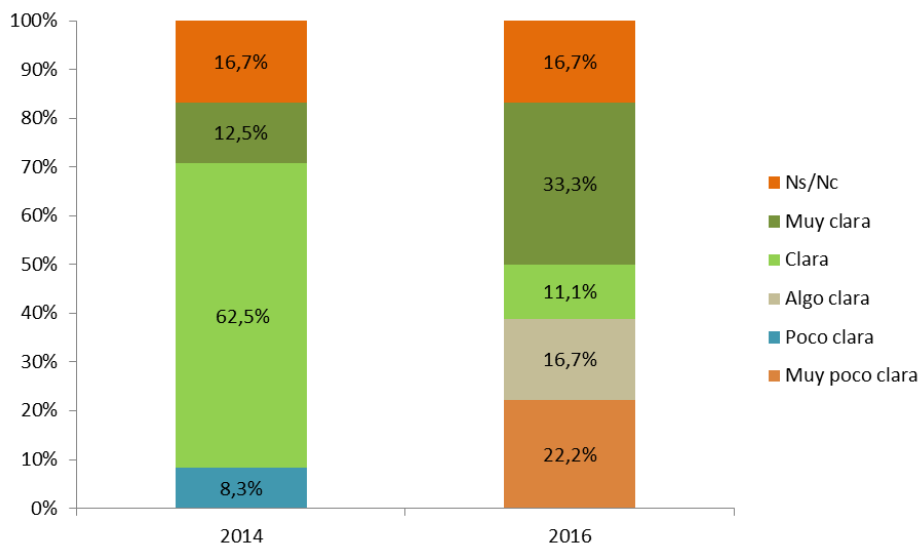


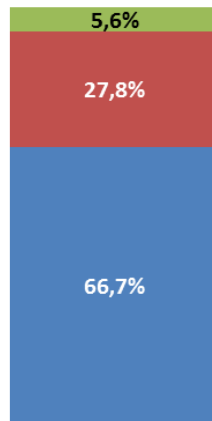
Fig. 83. Claridad en las comunicaciones. Base: 2014, 24; 2016, 18.

**Pregunta P10.-** ¿Se ha implantado algún tipo de medida para evitar este tipo de reclamaciones?

P10-¿Se ha implantado algún tipo de medida para evitar este tipo de reclamaciones?			
		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Sí	12	66,7%
	No	5	27,8%
	No Sabe	1	5,6%
Total		18	

**P10-¿Se ha implantado algún tipo de medida para evitar este tipo de reclamaciones?**

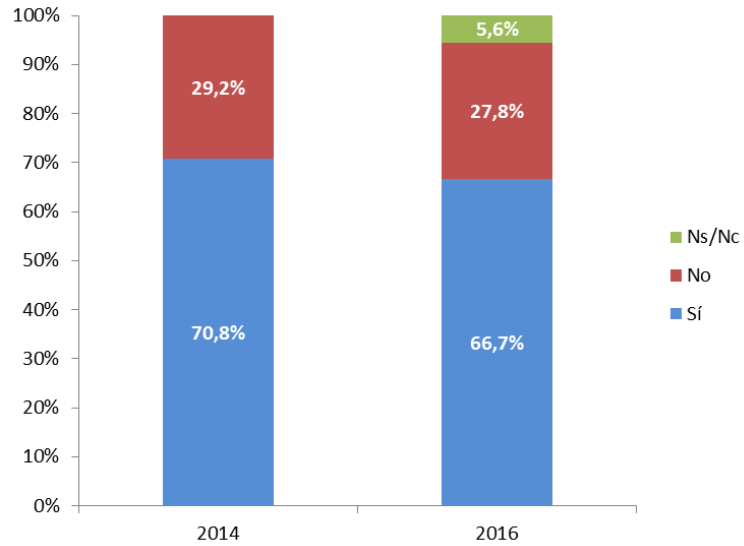
■ Sí ■ No ■ No sabe



*Fig. 84. Implantación de medidas. Base 18.*

El 66,7% de las empresas dicen haber implantado medidas para evitar reclamaciones como las que han tenido, el 27,8% dicen no haber implantado alguna medida para tratar de que no se produzca una reclamación parecida.

Vemos que, en el año 2016, se ha reducido ligeramente la implantación de medidas para evitar nuevas reclamaciones, pues ha pasado del 70,8% en 2014 al 66,7% en 2016.



**Fig. 85. Implantación de medidas. Base: 2014, 24; 2016, 18.**

## 4. Indicadores Globales

Es crucial poder cuantificar el grado de satisfacción del cliente, y esto se lleva a cabo a través de un índice, en concreto a través del cálculo del Índice de Satisfacción del Cliente (ISC) a partir de los datos obtenidos. Para ello se han ponderado, a partes iguales, los resultados referidos a la Inspección de Consumo y los referidos al Procedimiento Sancionador.

### 4.1. Valor medio de satisfacción del cliente en la Inspección de Consumo (VSIC)

Las valoraciones medias obtenidas en los distintos aspectos tratados en la Inspección de Consumo son los que se muestran en el siguiente gráfico:

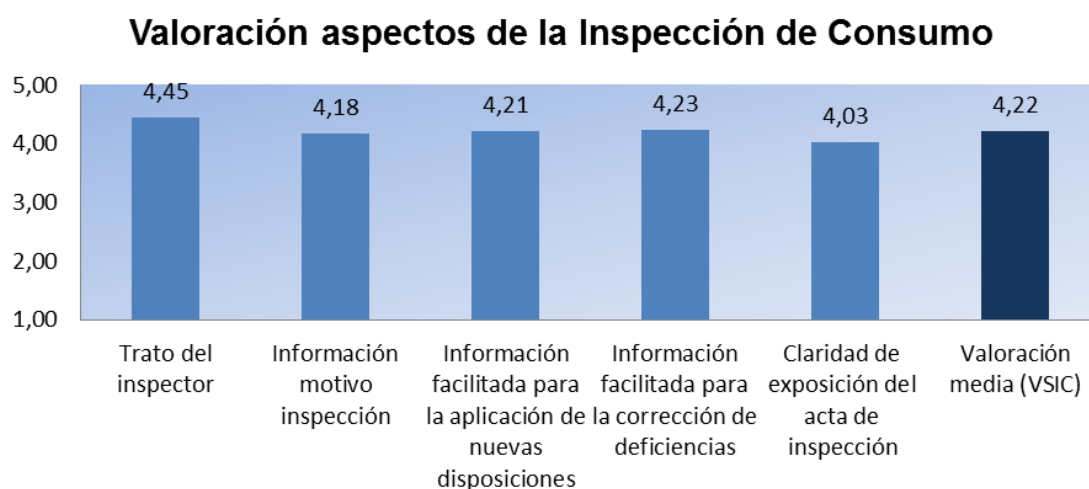


Fig. 86: Valoración global media de los aspectos del procedimiento de Inspección. Año 2016; Base: 139

Analizando el gráfico anterior, se puede decir que todos los aspectos evaluados superan los 4 puntos de valoración. Los aspectos mejor valorados han sido el trato del Inspector (4,45), la información facilitada para la corrección de deficiencias (4,23) y la información facilitada para la aplicación de nuevas disposiciones (4,21).



A partir de los datos obtenidos en las distintas preguntas sobre la inspección, se ha calculado el valor medio de satisfacción del cliente en la Inspección de Consumo (VSIC), mediante el cálculo de la media aritmética simple. El valor que en el año 2016 ha tomado el índice VSIC es de 4,22 puntos, y sigue una tendencia al alza desde el primer año en que se calculó dicho índice, en 2007. Respecto al año 2014, vemos que ha pasado de 4,01 a 4,22 puntos.

Se dejan intencionadamente fuera de este gráfico dos aspectos contemplados en el cuestionario: la valoración de la duración de la Inspección y el tiempo transcurrido entre las dos últimas inspecciones, al ser aspectos temporales no directamente relacionados con el servicio prestado, esto es, el propio acto de la Inspección.

### Valoración Global de la Inspección de Consumo (VSIC)

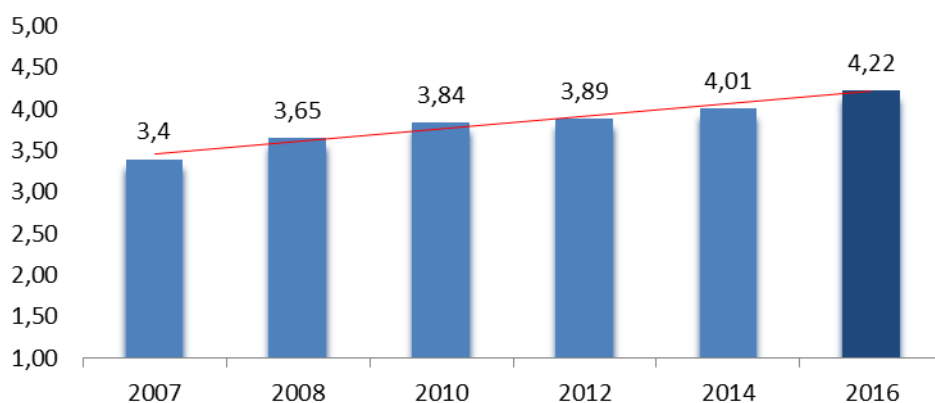
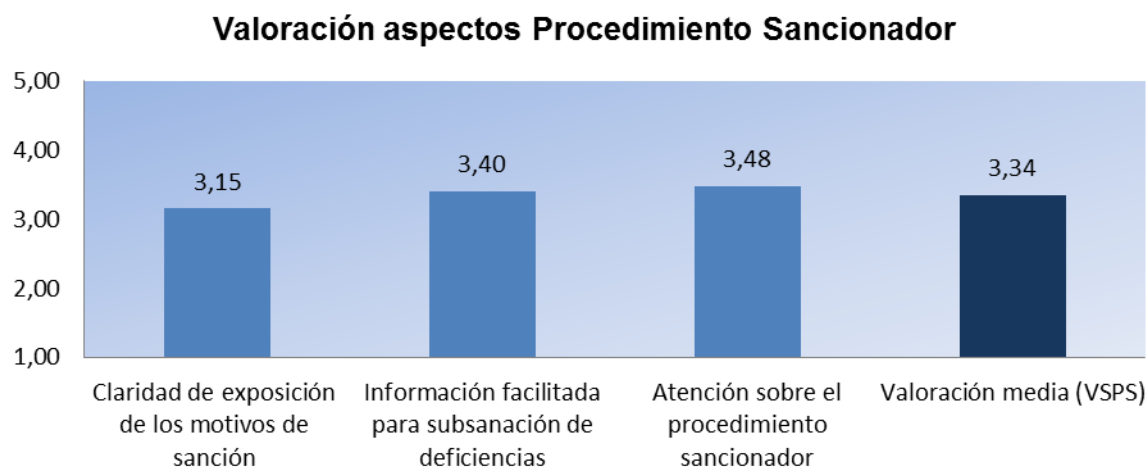


Fig. 87: Valoración global media del procedimiento de Inspección; Base: 2012, 2010 y 2007, 250; 2008, 252; 2014, 171; 2016, 139.

## 4.2. Valor medio de satisfacción del cliente en el Procedimiento Sancionador (VSPS)

A partir de los datos obtenidos en las distintas preguntas del cuestionario, se ha calculado el valor medio de satisfacción del cliente en el Procedimiento Sancionador (VSPS), mediante el cálculo de la media aritmética simple.

A continuación se muestran los datos obtenidos en los distintos aspectos tratados en el Procedimiento Sancionador:

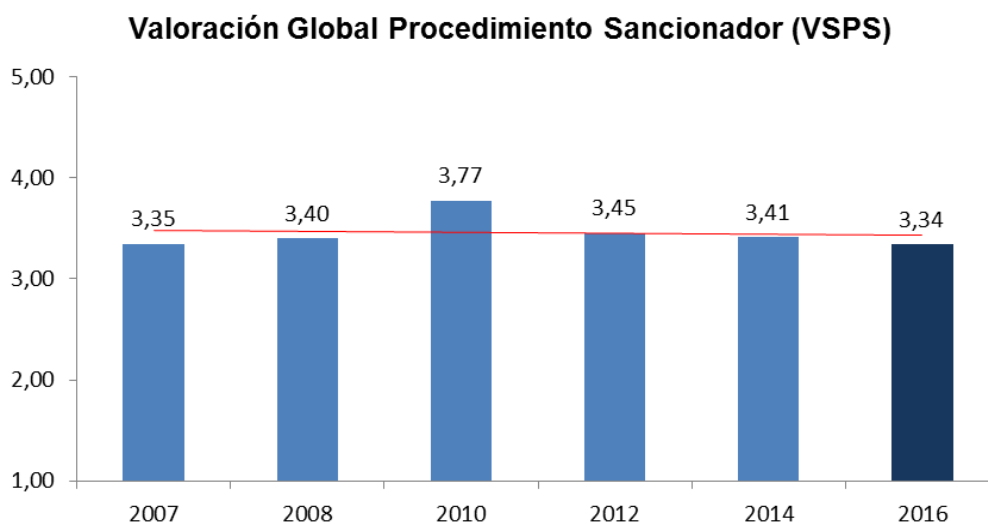


*Fig. 88: Valoración promedio aspectos referentes al procedimiento sancionador. Año 2016; Base: 41*

El aspecto mejor valorado del Procedimiento Sancionador en 2016 es la atención sobre el procedimiento sancionador (3,48), seguido de la información facilitada para la subsanación de deficiencias (3,40). El punto peor valorado fue el de la claridad de exposición de los motivos de sanción (3,15).

El valor que, en el año 2016, ha tomado el índice VSPS es de 3,34 puntos.

En el siguiente gráfico se observa la evolución que, el índice VSPS, ha experimentado en los últimos años, desde el año 2007 al 2016. Se ha dado un leve descenso en el índice, respecto al año anterior, pues ha pasado de 3,41 puntos en 2014 a 3,34 puntos en el año 2016.



*Fig. 89: Valoración promedio expediente sancionador; Base: 2012, 100; 2010, 29; 2008, 111; 2007, 105; 2014, 71; 2016, 41.*

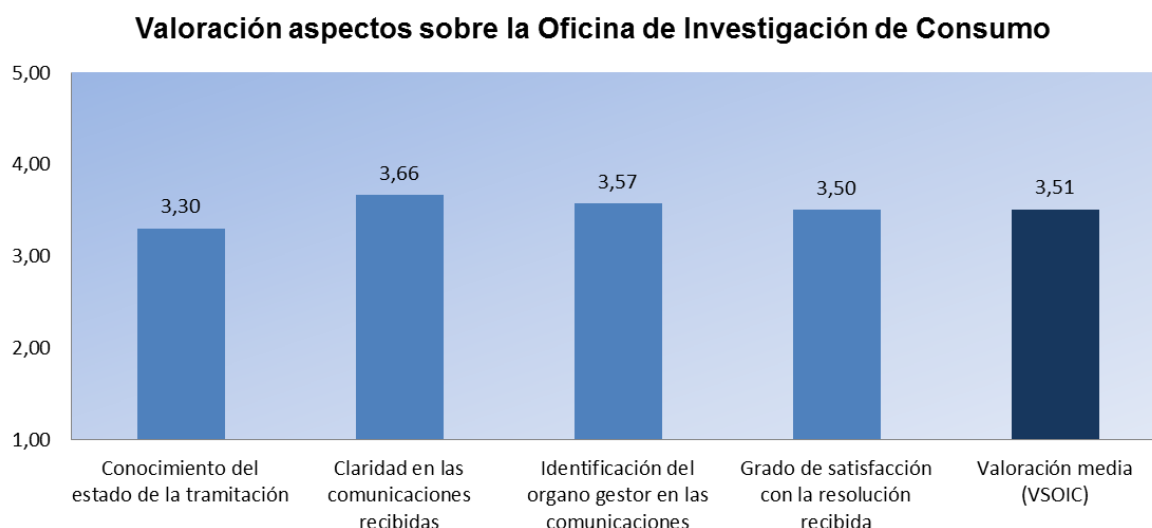
A pesar de haberse producido un ligero descenso en el índice VSPS del año 2016, los valores muestran un mantenimiento de los resultados a lo largo del tiempo como consecuencia de los esfuerzos realizados por el Servicio de Inspección del Consumo implementando acciones para proporcionar un mejor servicio a los establecimientos comerciales sancionados.

Es comprensible la diferencia de valoración entre la Inspección de Consumo (4,22) y el Procedimiento Sancionador (3,34) ya que, el Procedimiento Sancionador es, en sí mismo, un aspecto negativo para el propietario del establecimiento comercial, que en ningún caso desea ser sancionado aunque la normativa así lo exija y es muy difícil que esté de acuerdo con la misma; es por esto que puede condicionar la visión que tenga del organismo.

### 4.3. Valor medio de satisfacción del cliente con la Oficina de Investigación de Consumo (VSOIC)

A partir de los datos obtenidos en las distintas preguntas del cuestionario, se ha calculado el valor medio de satisfacción del cliente con la Oficina de Investigación de Consumo (VSOIC), como en los casos anteriores a través del cálculo de la media aritmética simple.

Los datos obtenidos en los distintos aspectos tratados sobre la Oficina de Investigación de Consumo son los que se muestran en el siguiente gráfico:



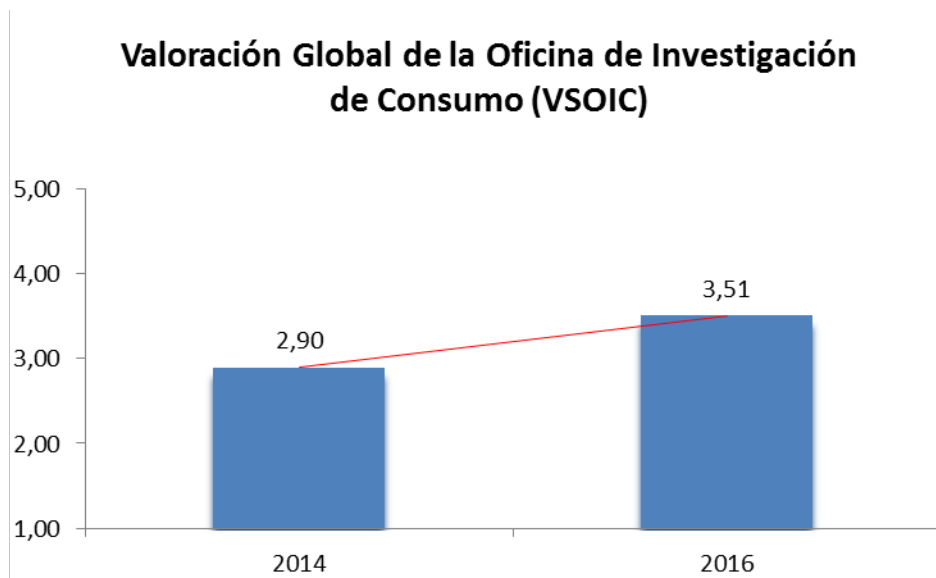
**Fig. 90:** Valoración promedio aspectos referentes a la Oficina de Investigación de Consumo. Año 2016; Base: 54

Todos los aspectos que hacen referencia a la Oficina de Investigación de Consumo superan los 3,30 puntos. Los aspectos mejor valorados son la claridad en las comunicaciones recibidas (3,66) y la identificación del organo gestor en las comunicaciones (3,57), así como el grado de satisfacción con la resolución recibida (3,50).

A partir de los datos que figuran en el gráfico anterior, se ha calculado el valor medio de satisfacción del cliente con la Oficina de Investigación de Consumo (VSOIC). El valor que en el año 2016 ha tomado el índice VSOIC es de 3,51 puntos.

Se deja intencionadamente fuera de este gráfico el aspecto relacionado con el tiempo transcurrido en comunicar la resolución, al ser aspectos temporales no directamente relacionados con el servicio prestado, esto es, el propio acto de la Inspección.

La valoración global de la Oficina de Investigación de Consumo ha sido muy superior al período anterior, ya que ha pasado de 2,90 puntos en 2014 a 3,51 puntos en el año 2016.



*Fig. 91: Valoración promedio aspectos referentes a la Oficina de Investigación de Consumo. Base: 2012, 45; 2014, 56; 2016, 54.*

#### 4.4. Índice de Satisfacción del Cliente (ISC)

El Índice de Satisfacción del Cliente (ISC) se calcula a partir de los tres valores medios anteriormente obtenidos, ponderados de manera equitativa (VSIC, VSPS y VSOIC), tal y como se describe en la siguiente fórmula:

$$\text{ISC} = \frac{\text{VSIC} + \text{VSPS} + \text{VSOIC}}{3}$$

En el siguiente gráfico se muestran los resultados de dichos índices:

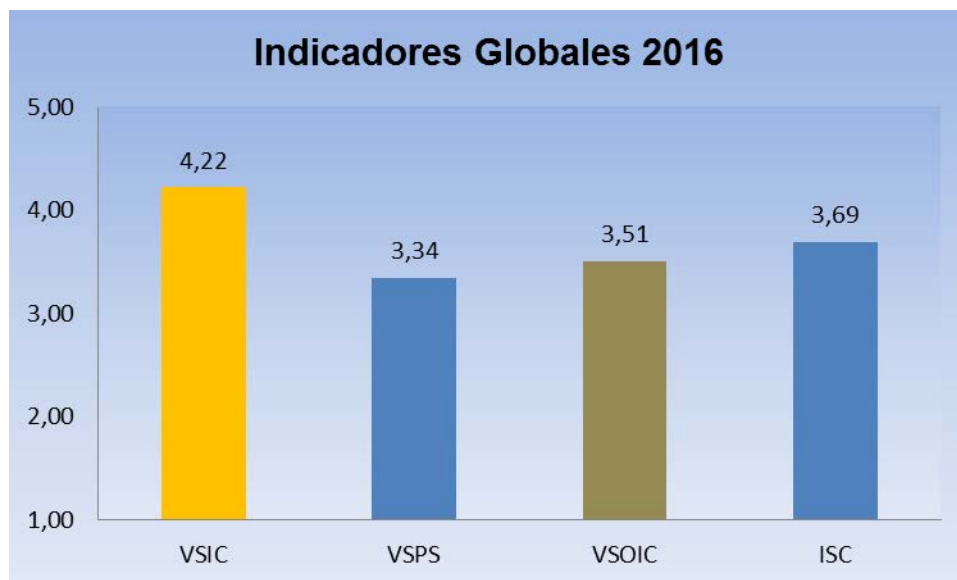


Fig. 92: Indicadores globales año 2016

Este resultado del Índice de Satisfacción del cliente, comparado con el obtenido en el período anterior, podemos decir que, claramente, la satisfacción de los entrevistados ha sido superior, pues, el Índice de Satisfacción del Cliente ha pasado de 3,44 puntos a 3,69.

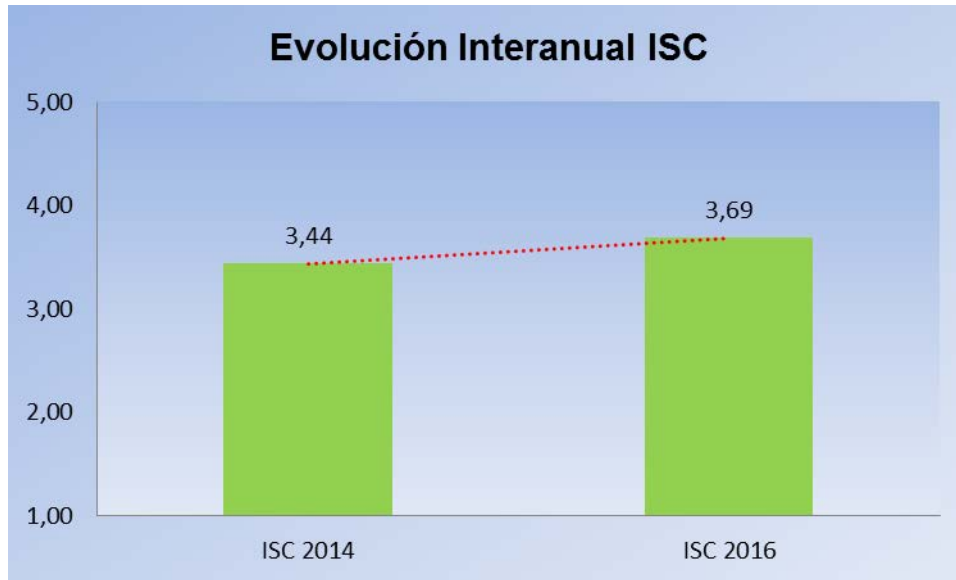


Fig.93. Índice de Satisfacción del Cliente año 2016

---

## 5. Conclusiones

A continuación se presentan las principales conclusiones del estudio dividiéndolas en fortalezas, aspectos fuertes del servicio que deben potenciarse, y áreas de mejora, que nos indican los cambios que deben incorporarse a los diferentes procesos de la organización, para que sean traducidos en un mejor servicio percibido.

### 5.1 Fortalezas

- El proceso de **Inspección de Consumo** en 2016 ha obtenido una valoración global de 4,22 puntos, sobre 5 posibles, un 0,21 superior al resultado procedente del año 2014 y, además, se aprecia una mejora continuada a través de los años.

Los principales puntos fuertes en el proceso de Inspección de Consumo del Ayuntamiento de Madrid son: el trato obtenido por parte del Inspector (4,45), la información facilitada para la corrección de deficiencias (4,23) y la información facilitada para la aplicación de nuevas disposiciones (4,21). Hay que destacar que la consideración de un trato recibido “bueno” o “muy bueno”, por parte del inspector, ha seguido creciendo, si bien en el 2014 ya era del 91,7%, en el 2016 ha sido de 92,1%. En cuanto a la valoración sobre la información del motivo de la inspección, supuso un 79,9%.

- El aspecto mejor valorado sobre el **Procedimiento Sancionador**, si tenemos en cuenta los resultados del año 2016, es el de la atención sobre el procedimiento sancionador (3,48 puntos), seguido muy de cerca por la información facilitada para la subsanación de deficiencias (3,40).
- En el año 2013 se realizó, por primera vez, una consulta específica sobre la satisfacción de los clientes con la **Oficina de Investigación de Consumo**. En los datos obtenidos en el año 2016, el 94,4% de los entrevistados dicen conocer la oficina de investigación de consumo, esto es, 2,7 puntos más que en el período anterior. Los aspectos más valorados del año 2016 han sido: la claridad en las comunicaciones recibidas (3,66), la identificación del órgano gestor en las comunicaciones (3,57) y el grado de satisfacción con la resolución recibida (3,50).



---

## 5.2 Áreas de mejora

### 5.2.1 Inspección

- Como en años anteriores, consideramos que no contar con una base de datos que incluya el teléfono dificulta en gran medida el contacto con las empresas, pues no todas son fáciles de localizar, especialmente los comercios regentados por personas chinas. Además, una vez localizadas las empresas, es difícil dar con la persona adecuada para realizar el estudio, esto es, la persona con la que gestionó la inspección. Esto ocurre especialmente para las grandes empresas, pues no saben con quién pasar por la gran estructura con la que cuentan. En cuanto a las empresas pequeñas, el principal problema se da con los comercios chinos, pues dicen desconocer el idioma y no quieren responder a la encuesta.

### 5.2.2 Procedimiento sancionador

- Queda claro que las comunicaciones en el procedimiento sancionador es el aspecto considerado con mayor importancia por parte de las personas consultadas. Tan sólo el 33,3% de los consultados consideraron que la comunicación de la sanción había sido “clara” o “muy clara”, por lo que es una clara posible mejora futura. Aspectos como la claridad en el lenguaje de las comunicaciones podrían revisarse para lograr una mayor comprensión de las mismas por parte de todos los niveles de formación, pues no todas las empresas están acostumbradas al lenguaje legal.

### 5.2.3 Oficina de Investigación de Consumo

- El conocimiento del estado de la tramitación es mejorable, por lo que la Oficina de Investigación de Consumo debería realizar acciones por las que hubiera un mayor seguimiento de las acciones que se van realizando y, sobre todo, la comunicación de dichas acciones a los consumidores o empresas implicadas.

---

## 5.3 Propuestas

### 5.3.1 Inspección

- En cuanto al tiempo entre las inspecciones, convendría distanciarlas un poco más, pues las empresas consultadas opinan que el tiempo entre inspecciones es demasiado corto.
- Las empresas consideran que debería de hacerse un seguimiento más intenso a las empresas que suelen incumplir más.
- Otra propuesta es la que se deriva de la opinión de varios comerciantes que nos han comunicado que cuando exista una nueva normativa se comunique a las empresas, antes de realizar una visita de inspección sobre las mismas.

### 5.3.2 Procedimiento sancionador

- Como propuesta para mejorar la claridad de exposición de los motivos de la sanción, se propone la consulta, en próximos años, a los establecimientos sancionados con el fin de detectar los aspectos principales en cuanto a la dificultad de entendimiento de los expedientes sancionadores. Las principales dificultades detectadas son debido al lenguaje utilizado, el propio procedimiento sancionador y los plazos existentes para presentar alegaciones o para que se haga efectiva la medida.
- Una petición de empresas sancionadas ha sido la de tener mayor flexibilidad, por parte del inspector, a la hora de sancionar, pues a veces se están proponiendo y ejecutando sanciones elevadas cuando consideran que podría proponerse un plazo mayor para la subsanación de deficiencias.
- Es preocupante que exista una sensación entre los encuestados de que no sirve para nada el solicitar nuevas aclaraciones. Habría que intentar que esta sensación cambiase, pues esa mayor información puede implicar que haya menores incumplimientos en un futuro pues se ha detectado casos en los que se ha incumplido por desconocimientos de la normativa vigente en cada momento; por lo tanto es importante facilitar la tarea y animar a solicitar mayores aclaraciones en los casos en que no quede claro.

- 
- La información facilitada con el fin de subsanar las deficiencias detectadas también es considerada como mejorable. El mejoramiento de dicha información es crucial, tanto para las empresas implicadas en dichas deficiencias como para el propio consumidor, que verá mejorado el servicio que le prestan las empresas.
  - Sería recomendable, cuando se imponga una sanción, dejar más claro el por qué de la misma y el objetivo de imponerla pues se considera, por parte de las empresas, como afán recaudatorio.

---

### 5.3.3 Oficina de Investigación de Consumo

- Como en el año anterior, habría que mejorar tanto la información que se brinda, por parte de la OIC, a los consumidores reclamantes. Por las opiniones de los consumidores que han reclamado a alguna empresa, vemos que hay falta de comunicación en cuanto a en qué fase se encuentra la reclamación presentada, así como, una vez gestionada, el resultado que ha tenido la misma, es decir, si han sancionado o no a la empresa reclamada. Consideramos que el contacto podría realizarse vía telemática (correo electrónico) o por contacto telefónico, preferiblemente éste último, pues en ese mismo contacto se puede informar al reclamante sobre posibles dudas.
- Aunque es cierto que la OIC es cada vez más conocida entre los consumidores, consideramos que podría hacerse una mayor divulgación sobre este organismo y la actividad que desarrolla, por ejemplo, se podría dar a conocer en los establecimientos mediante folletos u hojas informativas, al igual que existen los avisos sobre la disponibilidad de hojas de reclamación en los establecimientos, así como folletos, posters o material similar para su colocación en los tableros de información de los centros de mayores y en las Oficinas de Distrito.
- Sería aconsejable, desde la OIC, la fijación de un plazo interno en el que comunicar la resolución de la reclamación impuesta a la empresa por parte del consumidor.
- Sería interesante que la OIC creara una guía con una serie de recomendaciones de buenas prácticas, para evitar, en lo posible, sufrir penalidades por parte de los consumidores. Esto haría que el consumidor sintiera un mayor apoyo por parte de la OIC y que mejore la percepción sobre dicho organismo.
- Se considera muy útil la gestión de la información de las reclamaciones mediante una base de datos de gestión normalizada, en la que se registren a modo de hoja de ruta todas las acciones realizadas en la reclamación, llegada a la OIC, contactos con los reclamantes, contactos con la empresa reclamada, comunicaciones escritas, comunicaciones electrónicas, etc. Dicha base permitiría un acceso rápido a la información de gestión e incluso cálculo de estadísticas sobre el proceso de tramitación de reclamaciones, como por ejemplo tiempo medio en resolución de reclamaciones, etc.

- 
- Sería interesante poder contar con los teléfonos de contacto tanto de las empresas inspeccionadas, como de las empresas sancionadas o reclamadas. Este dato sería fácilmente registrable en las inspecciones que se realizan y facilitaría las auditorías de calidad que se realizan tras el trabajo de inspección anualmente.
  - Se plantea además, como un procedimiento complementario para evaluar la satisfacción de los usuarios, la realización de una encuesta de satisfacción a los mismos. Este se podría realizar en un plazo de quince días tras la comunicación de la resolución o archivo de la reclamación. Dicha encuesta se podría realizar, a su vez, a las empresas reclamadas.
  - Se propone la entrega, a las empresas reclamadas, de una serie de recomendaciones de la OIC en cuanto a las buenas prácticas empresariales. También se recomienda la edición de folletos o comunicación vía email con nuevas normativas que vayan surgiendo a lo largo del año.
  - Se podría plantear la comunicación vía email a los consumidores de cada procedimiento seguido con su reclamación, esto mejoraría la satisfacción con la OIC, pues el desconocimiento hace que empeore la visión de este organismo.
  - Hay cierto descontento cuando la reclamación del consumidor se pone a una empresa “grande”, pues el consumidor tiene sensación de indefensión frente a la misma, y considera que finalmente no sirve de nada poner dicha reclamación a este tipo de empresas.

---

## 6. Anexo.

### 6.1 Ficha Técnica

A continuación se muestran las fichas técnicas de los diferentes tipos de encuesta realizadas: Inspección de Consumo, Procedimiento Sancionador y Oficina de Investigación de Consumo.

#### *Inspección de Consumo*

- **Universo:** 872 establecimientos inspeccionados durante el año 2015.
- **Ámbito geográfico:** Municipio de Madrid.
- **Fiabilidad:** 95%.
- **Margen de error:** +/- 4,9% (bajo el supuesto de muestreo aleatorio simple y  $p=0,9$  y  $q=0,1$ ).
- **Tamaño de la muestra:** 125 establecimientos.
- **Tasa de muestreo:** 14,3%
- **Trabajo de Campo:** Realizado durante los meses de Abril y Mayo de 2016.
- **Trabajo realizado por:** TYPESA, Estadística y Servicios S.L.

#### *Procedimiento Sancionador*

- **Universo:** 99 establecimientos inspeccionados durante 2015.
- **Ámbito geográfico:** Municipio de Madrid.
- **Fiabilidad:** 95%.
- **Margen de error:** +/- 7,1% (bajo el supuesto de muestreo aleatorio simple y  $p=0,9$  y  $q=0,1$ ).
- **Tamaño de la muestra:** 41 establecimientos.
- **Tasa de muestreo:** 41,4%
- **Trabajo de Campo:** Realizado durante los meses de Abril y Mayo de 2016.
- **Trabajo realizado por:** TYPESA, Estadística y Servicios S.L.

---

## Oficina de Investigación de Consumo

### Reclamantes

- **Universo:** 88 Reclamaciones inspeccionadas durante 2015.
- **Ámbito geográfico:** Municipio de Madrid.
- **Fiabilidad:** 95%.
- **Margen de error:** +/- 7,2% (bajo el supuesto de muestreo aleatorio simple y  $p=0,75$  y  $q=0,25$ ).
- **Tamaño de la muestra:** 54 consumidores.
- **Tasa de muestreo:** 61,4%
- **Trabajo de Campo:** Realizado durante los meses de Abril y Mayo de 2016.
- **Trabajo realizado por:** TYPESA, Estadística y Servicios S.L.

### Empresas Reclamadas

- **Universo:** 41 establecimientos inspeccionados durante 2015.
- **Ámbito geográfico:** Municipio de Madrid.
- **Fiabilidad:** 95%.
- **Margen de error:** +/- 10,5% (bajo el supuesto de muestreo aleatorio simple y  $p=0,90$  y  $q=0,10$ ).
- **Tamaño de la muestra:** 18 establecimientos.
- **Tasa de muestreo:** 43,9%
- **Trabajo de Campo:** Realizado durante los meses de Abril y Mayo de 2016.
- **Trabajo realizado por:** TYPESA, Estadística y Servicios S.L.

## 6.2 Cuestionarios

### Anexo 1. Cuestionario a establecimientos inspeccionados pero no sancionados

#### ANEXO – CUESTIONARIO

El **Instituto Municipal Consumo del Ayuntamiento de Madrid** está realizando un estudio para conocer su opinión sobre el proceso de inspección de consumo, con el objetivo de ofrecerles un servicio de mejor calidad.

Le entregamos este cuestionario para que conteste a una serie de preguntas con el objetivo de conocer su grado de satisfacción con las cuestiones que se presentan.

La escala de puntuación es del 5 al 1, siendo 5 la puntuación más favorable y 1 la más desfavorable. En caso de no saber qué valor otorgar a una pregunta puede utilizar la respuesta "No sabe/ no contesta"

DISTRITO MUNICIPAL							
01	Centro	07	Chamberí	13	Puente de Vallecas	19	Vicálvaro
02	Arganzuela	08	Fuencarral-El Pardo	14	Moratalaz	20	San Blas
03	Retiro	09	Moncloa	15	Ciudad Lineal	21	Barajas
04	Salamanca	10	Latina	16	Hortaleza		
05	Chamartín	11	Carabanchel	17	Villaverde		
06	Tetuán	12	Usera	18	Villa de Vallecas		

Propietario	Encargado
-------------	-----------

Actividad que realiza: \_\_\_\_\_

#### ENCUESTA 1.- INSPECCIÓN DE CONSUMO

<b>1. ¿Cómo valora el trato del inspector en la última Inspección de Consumo?</b>	Muy bueno	<b>5</b>
	Bueno	<b>4</b>
	Regular	<b>3</b>
	Malo	<b>2</b>
	Muy malo	<b>1</b>
	NS/NC	

<b>2. ¿Cómo valora la información proporcionada sobre el motivo de la inspección?</b>	Muy satisfactoria	<b>5</b>
	Satisfactoria	<b>4</b>
	Algo satisfactoria	<b>3</b>
	Insatisfactoria	<b>2</b>
	Muy insatisfactoria	<b>1</b>
	NS/NC	

<b>3. ¿Cómo valora la duración de la última inspección de consumo? (tiempo transcurrido desde que comenzó hasta que finalizó a la inspección)</b>	Muy corto	<b>5</b>
	Corto	<b>4</b>
	Normal	<b>3</b>
	Largo	<b>2</b>
	Muy largo	<b>1</b>
	NS/NC	



4. ¿Cómo valora el tiempo transcurrido entre las inspecciones de consumo que ha recibido? (tiempo transcurrido entre la penúltima y la última inspección recibida)	Muy corto	5
	Corto	4
	Normal	3
	Largo	2
	Muy largo	1
	NS/NC	

5.- En caso de que haya tenido que aplicar nuevas disposiciones ¿cómo valora la información proporcionada por el inspector?	Muy satisfactoria	5
	Satisfactoria	4
	Algo satisfactoria	3
	Insatisfactoria	2
	Muy insatisfactoria	1
	NS/NC	

6.- En caso de que haya tenido que corregir alguna deficiencia ¿cómo valora la información proporcionada por el inspector?	Muy satisfactoria	5
	Satisfactoria	4
	Algo satisfactoria	3
	Insatisfactoria	2
	Muy insatisfactoria	1
	NS/NC	

7.- ¿Cómo valora la claridad de exposición del Acta de Inspección?	Muy clara	5
	Clara	4
	Algo clara	3
	Poca clara	2
	Muy poca clara	1
	NS/NC	

8.- ¿Tiene alguna sugerencia que aportar o desea añadir algo?

¿Ha sido usted sancionado en alguna ocasión?

Si	No	En caso afirmativo continúe contestando la encuesta
----	----	---

**Anexo 2. Cuestionario a establecimientos inspeccionados y sancionados**

**ENCUESTA 2.- PROCEDIMIENTO SANCIONADOR**

9.- En el expediente sancionador que ha recibido del Ayuntamiento de Madrid los motivos de la sanción se exponen con:	Mucha claridad	5
	Claridad	4
	Algo de claridad	3
	Poca claridad	2
	Muy poca claridad	1
	NS/NC	

<b>10.-</b> ¿Le quedan claros todos los puntos del expediente sancionador?	<b>Si</b>
	<b>No</b>
	<b>Ns</b>

<b>11.-</b> ¿Ha solicitado alguna aclaración?	<b>Si</b>
	<b>No</b>
	<b>Ns</b>

<b>12.-</b> Las aclaraciones que ha recibido eran:	Muy claras	<b>5</b>
	Claras	<b>4</b>
	Mas o menos claras	<b>3</b>
	Poco claras	<b>2</b>
	Muy poco claras	<b>1</b>
	NS/NC	

<b>13.-</b> ¿Por qué no ha solicitado ninguna aclaración?	Ha obtenido información por otros medios	<b>a</b>
	Cree que no sirve para nada	<b>b</b>
	Otros motivos. Indique cuáles	<b>c</b>
	NS/NC	<b>d</b>

<b>14.-</b> Cuando usted se ha interesado por subsanar las deficiencias detectadas en su establecimiento ¿cómo cree que ha sido la información que le han facilitado para ello?	Muy satisfactoria	<b>5</b>
	Satisfactoria	<b>4</b>
	Algo satisfactoria	<b>3</b>
	Insatisfactoria	<b>2</b>
	Muy insatisfactoria	<b>1</b>
	NS/NC	

<b>15.-</b> ¿Qué valoración hace de la atención telefónica o presencial prestada por el Ayuntamiento sobre el procedimiento sancionador iniciado en su establecimiento?	Muy satisfactoria	<b>5</b>
	Satisfactoria	<b>4</b>
	Algo satisfactoria	<b>3</b>
	Insatisfactoria	<b>2</b>
	Muy insatisfactoria	<b>1</b>
	NS/NC	

<b>16.-</b> ¿Tiene alguna sugerencia que aportar o desea añadir algo?
---

---

### Anexo 3. Cuestionario Consumidores

#### CUESTIONARIO PROPUESTO PARA LA ENCUESTA DE SATISFACCIÓN DE LA OIC

##### Presentación

Buenos días, mi nombres es ..... y le llamamos en nombre del Ayuntamiento de Madrid porque estamos realizando una encuesta para la Oficina Municipal de Investigación de Consumo.

Hemos contactado con usted porque interpuso una reclamación y queremos conocer su satisfacción sobre la resolución de la misma.

P.1. ¿Recuerda usted haber interpuesto una reclamación ..... (identificar)?

- SI (1)
- NO (2)

P.2. ¿Dónde interpuso usted dicha reclamación?

- Oficina Municipal de Información al Consumidor de Distrito (1)
- Oficina central de Información al consumidor(2)
- Establecimiento frente al que reclama(3)
- Otros (Especificar): (4) .....
- NS/NC (5)

P.3. ¿Podría indicarnos cómo ha sido la resolución de su reclamación?

- Archivo (1)
- Inspección (2)
- Sanción (3)
- NS/NC (4)

P.4.¿ Podría Indicarnos, también, su grado de satisfacción con los siguientes aspectos?:

Valórelo en una escala de 1 a 5, donde 1 es nada satisfecho y 5 es muy satisfecho.

- Conocimiento estado tramitación (1)
- Claridad en las comunicaciones recibidas (2)
- Identificación del órgano gestor en las comunicaciones (3)
- Otros (Especificar) .....(4).

---

P.5. Y en cuanto al tiempo transcurrido en comunicarle la resolución, ¿qué valoración le merece?

Valórela en una escala de 1 a 5, donde 1 es nada satisfecho y 5 es muy satisfecho.

P.6. ¿Sabía usted que la tramitación de su reclamación ha pasado a la Oficina de Investigación de Consumo del Ayuntamiento para su resolución?

- SI (1)
- NO (2)

P.7. ¿Sabía usted que la Oficina de Investigación de Consumo del Ayuntamiento realiza funciones de Inspección e Investigación con el objetivo de mejorar la protección de los consumidores?

- SI (1)
- NO(2)

P.8. ¿Podría indicar su grado de satisfacción general con la resolución recibida a la reclamación interpuesta por usted?

Valórela en una escala de 1 a 5, donde 1 es nada satisfecho y 5 es muy satisfecho

P.9. ¿Por qué?

P.10. Después de esta resolución, ¿usted ha cambiado su forma de pensar a la hora de hacer otra reclamación? (el entrevistado aclara sobre el tipo de reclamación).

#### Despedida y agradecimiento

*Le damos las gracias por su colaboración en nombre de la Oficina Municipal de Investigación de Consumo.*

**Obs 1.** Observaciones del entrevistador. [.....]

---

#### Anexo 4. Cuestionario Empresas

### Cuestionario Oficina de Investigación de Consumo del Ayuntamiento

#### Presentación, localización e identificación de la Empresa

*Buenos días/tardes, mi nombre es..... le llamamos en nombre de la Oficina Municipal de Investigación de Consumo del Ayuntamiento de Madrid.*

*Estamos contactando con las Empresas a las que se les ha presentado algún tipo de reclamación por parte de consumidores.*

*El objetivo de este estudio es la obtención de información acerca de la satisfacción que puedan tener acerca de las gestiones realizadas por la Oficina Municipal de Investigación de Consumo en la resolución final de la reclamación.*

**P1.- ¿Recuerda usted que un consumidor le puso una reclamación por el motivo.....?**

- Sí (1)
- No (6) -> dar más información sobre la reclamación

#### Conocimiento, comunicación y plazos de comunicación Oficina de Investigación de Consumo del Ayto.

*Ahora vamos a realizarle una serie de preguntas acerca de la Oficina de Investigación de Consumo (OIC).*

**P2.- ¿Conoce su empresa la Oficina de Investigación de Consumo del Ayuntamiento?**

- Sí (1)
- No (6) -> Explicación de la Oficina Municipal de Investigación del Ayuntamiento.

*La Oficina Municipal de Investigación de Consumo del Ayuntamiento está orientada a la Investigación e Inspección dirigida a la protección de los consumidores.*

---

P3.- ¿Se ha contactado con su empresa, en algún momento desde la Oficina de Investigación de Consumo del Ayuntamiento?

- Sí (1)
- No (6) ->localizar informante

P4.- ¿Sé le ha realizado una visita de Inspección para la resolución de la reclamación?

- Sí (1)
- No (6)

P5.- ¿Le ha requerido la Oficina de Investigación de Consumo del Ayuntamiento algún tipo de documentación?

- Sí (1)
- No (6)

*Si en P4 contestó "Sí"*

P6.- ¿Cómo valora el trato del Inspector en la Inspección de Consumo para la resolución de la reclamación?

- Muy bueno(5)
- Bueno (4)
- Regular (3)
- Malo(2)
- Muy malo (1)
- Ns/Nc (6)

---

P7.- ¿Cómo valora la información proporcionada sobre el motivo de la Inspección?

- Muy satisfactoria (5)
- Satisfactoria (4)
- Algo satisfactoria (3)
- Insatisfactoria (2)
- Muy Insatisfactoria (1)
- Ns/Nc (6)

P7BIS.- ¿Cómo valora las vías de comunicación ofrecidas por la Inspección?

- Muy satisfactoria (5)
- Satisfactoria (4)
- Algo satisfactoria (3)
- Insatisfactoria (2)
- Muy Insatisfactoria (1)
- Ns/Nc (6)

P8.- En caso de que haya tenido que corregir alguna deficiencia ¿Cómo valora la información proporcionada por el Inspector?

- Muy satisfactoria (5)
- Satisfactoria (4)
- Algo satisfactoria (3)
- Insatisfactoria (2)
- Muy Insatisfactoria (1)
- Ns/Nc (6)
- No procede (7)

---

**P9.- ¿Cómo valora la claridad de las comunicaciones efectuadas por la Inspección de la Oficina de Investigación de Consumo del Ayuntamiento?**

- Muy clara (5)
- Clara (4)
- Algo clara (3)
- Poco clara (2)
- Muy poco clara (1)
- Ns/Nc (6)

**P10.- ¿Se ha implantado algún tipo de medida para evitar este tipo de reclamaciones?**

- Sí (1) -> P10.1
- No (6)

**P10.1- ¿Podría decirme qué medidas se implantaron?**

- [.....]
- [.....]

**P11.- Por favor, indíqueme si quiere que registremos algún comentario adicional a la encuesta realizada**

[.....]

**Variables de clasificación de la empresa**

*Ahora le voy a hacer unas preguntas sobre su empresa para poder clasificar estadísticamente los datos que nos ha proporcionado*



---

**DATO 1.- ¿Podría indicarme cuántos establecimientos tiene su empresa?**

- Ninguno (Actividad económica en la Web, autónomos) (1)
- 1 establecimiento (2)
- Entre 2 y 10 establecimientos (3)
- Entre 10 y 15 establecimientos (4)
- Más de 15 (5)

**DATO2.- ¿Podría indicarme el número de trabajadores que tiene el establecimiento donde trabaja?**

- De 1 a 4 (1)
- De 5 a 9 (2)
- De 10 a 49 (3)
- Más de 50 (4)
- NS/NC (5)

**Despedida y agradecimiento**

*Le damos las gracias por su colaboración en nombre de la Oficina de Investigación de Consumo del Ayto.*

**Obas 1.** Observaciones del entrevistador. [.....]