

# Índice de contenidos

<b>UF1755 SISTEMAS DE INFORMACIÓN Y BASES DE DATOS EN CONSUMO .....</b>	<b>11</b>
Objetivos .....	13
1. Información y fuentes en consumo .....	15
1.1. Tipos de fuentes e información en consumo .....	17
1.2. Fuentes de información institucional en consumo .....	20
1.2.1. Europea .....	21
1.2.3. Autonómica .....	23
1.2.4. Local .....	24
1.3. Fuentes de información primaria en consumo .....	24
1.3.1. Monografías .....	25
1.3.2. Informes técnicos .....	25
1.3.3. Revistas (publicaciones periódicas o seriadas) .....	26
1.3.4. Catálogos de productos .....	27
1.3.5. Normas .....	27
1.3.6. Materiales no convencionales y otros .....	27
1.3.7. Encuestas a consumidores .....	28
1.4. Fuentes de información secundaria en consumo .....	29
1.4.1. Índices bibliográficos .....	29
1.4.2. Índices KWIC/KWOC .....	30
1.4.3. Índices de contenidos .....	30
1.4.4. Bases de datos (bibliográficas-factuales-documentales) .....	32
1.4.5. Directorios .....	32
1.5.1. Impresos o escritos .....	33
1.5.2. Edición electrónica .....	33
1.5.3. Multimedia: información audiovisual .....	34
1.6. Normativa reguladora del tratamiento de la información .....	34
1.6.1. Propiedad intelectual .....	35
1.6.2. Derechos de autor .....	36

MF0246\_3: Organización de un sistema de información y consumo

© ANDAVIRA EDITORA, S.L.

© MÉTODO ESTUDIOS CONSULTORES, S.L.U.

© Edición personalizada HISPAMERICA BOOKS, S.L.

Telef. (00 34) 91 028 28 51

Madrid, España

No se permite la reproducción total o parcial de este libro, ni su incorporación a un sistema informático, ni su transmisión en cualquier forma o por cualquier medio, sea éste electrónico, mecánico, por fotocopia, grabación o cualquier otro medio sea cual fuere si el permiso previo y por escrito del editor. La infracción de los derechos mencionados puede ser constitutiva de delito contra la propiedad intelectual (artículo 270 y siguientes del Código Penal).

ISBN 978-84-943959-9-4

Depósito Legal: M-19691-2015

Impreso en España – Printed in Spain

Impreso por: Bookbox

1.6.3. Protección de datos.....	37
<b>2. Técnicas de búsqueda de información en consumo .....</b>	<b>39</b>
2.1. Tipos y herramientas de búsqueda de información: sitios web institucionales, páginas personales, foros y grupos de noticias.....	41
2.2. Criterios de calidad, vigencia y fiabilidad de la información y sus fuentes.....	42
2.2.1. Autoría.....	42
2.2.2. Filiación.....	43
2.2.3. Actualidad.....	43
2.2.4. Propósito.....	44
2.2.5. Audiencia .....	44
2.2.6. Legibilidad.....	45
2.3. Análisis comparativo de las fuentes/documentos de información en consumo.....	45
2.3.1. Variables de comparativa: precio, soporte, calidad, accesibilidad.....	46
2.3.2. Estimación coste-rendimiento.....	47
2.4. Buscadores de información online.....	48
2.4.1. Bases de datos.....	48
2.4.2. Directorios y bibliotecas virtuales.....	48
2.4.3. Motores de búsqueda.....	49
2.4.4. Metabuscaadores.....	50
<b>3. Técnicas de catalogación y archivo de información y documentación aplicadas a los sistemas de información en consumo .....</b>	<b>51</b>
3.1. Determinación de contenidos y tipo de documentos a archivar: casuística de la información en consumo.....	53
3.2. Sistemas de registro de la información y documentación en consumo.....	53
3.2.1. Conceptos y características.....	54
3.2.2. Tipología. Reclamaciones u otra documentación.....	55
3.2.3. Flujo documental.....	56
3.2.4. Fases: captación, registro, actualización, modificación y consulta.....	57
3.2.5. Funciones y servicios que desarrollan.....	58
3.2.6. Los archivos físicos e informáticos de la información.....	59
3.3. Ventajas e inconvenientes del soporte informático, frente a los soportes convencionales.....	61
3.4. Grabación de archivos en distintos formatos.....	62

3.4.1. Textos.....	62
3.4.2. Enriquecidos.....	62
3.4.3. Web.....	63
3.4.4. Imágenes.....	63
3.4.5. Sonidos.....	64
3.4.6. Vídeos.....	64
3.5. Codificación de documentos.....	64
3.5.1. Clasificación de documentos.....	64
3.5.2. Niveles de acceso.....	65
3.6. Conservación de documentación obsoleta o histórica.....	65
3.6.1. Vigencia de la documentación.....	66
3.6.2. Destrucción de documentación obsoleta o histórica.....	66
3.6.3. Archivo definitivo u otros.....	67
3.6.4. Realización de copias de seguridad.....	67
3.7. Instrumentos de organización de información y documentación en consumo.....	68
3.7.1. Manual de archivo y clasificación de documentos.....	68
3.7.2. Catalogación e indización de documentos e información.....	69
3.8. Aspectos legales de la archivística y actualización normativa.....	74
3.8.1. Normas en materia de seguridad, integridad y confidencialidad de la información.....	75
3.8.2. Protección de datos.....	76
<b>4. Bases de datos y centros documentales en consumo.....</b>	<b>85</b>
4.1. Centros documentales y/o bancos y bases de datos en consumo: el CIDOC.....	87
4.2. Planificación y diseño de un sistema gestor de base de datos según productos y sectores.....	88
4.2.1. Información a incorporar.....	89
4.2.2. Estructura de la base de datos: relacionales y documentales.....	89
4.2.3. Estructura y nomenclatura de las tablas en función del contenido.....	89
4.2.4. Control de redundancia de la información.....	91
4.2.5. Determinación de administrador/res responsable/s del sistema.....	92
4.2.6. Claves y niveles de acceso a usuarios.....	93
4.2.7. Restricción de datos: niveles de consulta, actualizaciones, generación de informes.....	93

4.2.8. Sistemas y controles de seguridad: pérdida, modificación o destrucción fortuita de datos.....	94
4.3. Operaciones básicas de bases de datos en hojas de cálculo.....	95
4.3.1. Apertura, cierre, compactación y reparación de una base de datos. ..	95
4.3.2. Cifrado y descifrado de una base.....	95
4.3.3. Conversión de una base de datos.....	96
4.3.4. Ordenación.....	96
4.3.5. Filtrado.....	97
4.3.6. Validaciones.....	97
4.3.7. Formularios.....	98
4.3.8. Informes.....	99
4.3.9. Subtotales.....	99
4.3.10. Consolidaciones e informes de tablas y gráficos dinámicos.....	100
4.3.11. Vinculación de hojas de cálculo u otro tipo de tablas con bases de datos.....	100
4.4. Comandos de las bases de datos.....	101
4.4.1. Conceptos generales.....	101
4.4.2. Comandos de manipulación y formato.....	101
4.4.3. Análisis de datos: auditoría, referencia circular, formato condicional, escenarios, tablas, buscar objetivos, tablas dinámicas u otros.....	103
4.4.4. Comandos de utilidad: buscar, reemplazar, proteger, hipervínculo, validación u otros.....	105
4.5.1. Aplicación de distintos comandos de las bases de datos.....	108
4.5.2. Búsquedas y consultas de información en materia de consumo.....	108
4.5.3. Análisis de los resultados de las consultas a bases de datos.....	111
4.5.4. Elaboración de informes de la base de datos en consumo.....	111
4.6.1. Información estadística por tipo de sector y motivo de la reclamación.....	116
Resumen UF1755 .....	117
<b>UF1756 DOCUMENTACIÓN E INFORMES EN CONSUMO .....</b>	<b>123</b>
Objetivos .....	125
1. Elaboración de boletines y síntesis de información en consumo .....	127
1.1. Terminología de la documentación e información de consumo.....	129

1.1.1. Tesoros y palabras clave en consumo y su normativa.....	129
1.1.2. Lenguajes: normativos y documentales.....	130
1.2. Boletines de información e informes.....	134
1.2.1. Concepto.....	135
1.2.2. Finalidad.....	135
1.2.3. Estructura.....	135
1.2.4. Composición.....	138
1.3. Cumplimiento de procedimientos de elaboración y presentación.....	138
1.3.1. Forma.....	138
1.3.2. Plazos.....	139
1.4. Técnicas y normas gramaticales.....	140
1.4.1. Corrección ortográfica y semántica.....	140
1.4.2. Construcción de oraciones.....	141
1.4.3. Normas de aplicación de siglas y abreviaturas.....	142
1.4.4. Herramientas para la corrección de textos: diccionarios, gramáticas, diccionarios de sinónimos y antónimos y correcciones informáticas.....	143
1.5. Técnicas de elaboración de documentos de síntesis y comunicación escrita.....	145
1.5.1. Pautas de realización: concisión, precisión, claridad, coherencia, riqueza de vocabulario, cohesión y énfasis.....	146
1.5.2. Estilos de redacción: técnicas de sintetización de contenidos.....	146
1.6. Redacción de documentos profesionales.....	147
1.6.1. Lenguaje escrito.....	147
1.6.2. Contenido y su organización: fichas de contenido.....	148
1.6.3. Resumen o síntesis.....	151
1.7. Presentación de la documentación.....	151
1.7.1. Fuentes de origen.....	151
1.7.2. Cronología.....	152
1.7.3. Canales de comunicación y divulgación.....	153
1.7.4. Internet/intranet.....	154
1.8. Normativa y usos habituales en la elaboración y presentación de la documentación de consumo.....	157
1.8.2. Seguridad y confidencialidad.....	160
<b>2. Tratamiento de la información de consumo con procesadores de texto.....</b>	<b>165</b>

2.1. Aspecto de los caracteres y letras.....	167
2.1.1. Tipo.....	167
2.1.2. Tamaño.....	168
2.1.3. Efectos.....	168
2.2. Aspecto del párrafo.....	169
2.2.1. Alineación e interlineado.....	170
2.2.2. Espacio anterior y posterior.....	171
2.2.3. Sangrías y tabuladores en el texto.....	171
2.2.4. Trabajo con la regla.....	172
2.2.5. Listas numeradas.....	173
2.2.6. Cambio de estilo, viñetas y otros.....	174
2.3. Formato del documento.....	174
2.3.1. Autoformato.....	175
2.3.2. Autocorrección.....	175
2.3.3. Aplicación de manuales de estilo.....	175
2.4. Edición de textos.....	176
2.4.1. Configuración de encabezados y pies de página.....	176
2.4.2. Inserción en ediciones de texto de: tablas, gráficos, organigramas, objetos e imágenes, y otros.....	179
2.5. Documentos profesionales.....	182
2.5.1. Creación y uso de plantillas.....	182
2.5.2. Tareas automatizadas.....	184
2.6. Creación de un informe personalizado.....	184
2.6.1. Asistente para informes.....	185
2.6.2. Creación de un informe (en columnas, tabular o justificado).....	185
2.6.3. Creación de un autoinforme.....	186
2.7. Creación de formularios.....	186
2.7.1. Asistente para formularios.....	186
2.7.2. Creación de un formulario: en columnas, tabulación, hojas de datos o justificado, formularios que incluye un subformulario.....	187
2.7.3. Autoformulario.....	188
2.7.4. Apertura, cierre, cambio, almacenamiento, eliminación e impresión de un formulario.....	188
2.7.5. Uso de filtros en formularios.....	190

2.8. Impresión de textos.....	190
<b>3. Presentación de información en consumo con tablas.....</b>	<b>193</b>
3.1. Presentación de información con tablas.....	195
3.1.1. Creación de una tabla.....	195
3.1.2. Propiedades: añadir bordes y sombreado, combinación de celdas...	196
3.1.3. Importación, vinculación y exportación de tablas.....	199
3.2. Edición de una tabla.....	200
3.2.1. Movimiento.....	201
3.2.2. Agregaciones y eliminaciones.....	201
3.2.3. Búsquedas y reemplazos de datos.....	202
3.2.4. Copias, cortes y pegados de datos.....	204
3.3. Relaciones entre las tablas.....	209
3.3.1. Índices.....	209
3.3.2. Conversiones de texto y tablas.....	210
3.4. Personalización de la vista Hoja de datos.....	210
3.4.1. Visualización y ocultación.....	211
3.4.2. Cambio de la altura de filas y columnas.....	211
3.4.3. Desplazamiento e inmovilización.....	212
3.5. Impresión de una hoja de datos.....	213
<b>4. Presentación de información en consumo con gráficos.....</b>	<b>215</b>
4.1. Elaboración de representaciones gráficas.....	217
4.1.1. Criterios de selección: legibilidad, representatividad, vistosidad.....	217
4.2. Elementos presentes en los gráficos.....	218
4.2.1. Rangos o series del gráfico, título, leyenda, ejes, líneas de división, escalas, rótulos, fuentes y representación.....	218
4.3. Configuración y modificación de los elementos.....	221
4.4. Tipos de gráficos.....	222
4.4.1. De líneas, de áreas, de barras, de columnas o histogramas, polígonos, ojivas, de anillos, de radar, de superficie, de dispersión, burbujas, representación de grafos, sectores o ciclograma, de movimiento, pictogramas u otros a partir de datos convenientemente tabulados.....	222
4.5. Creación de un gráfico.....	228
4.5.1. Selección del tipo de gráfico.....	228
4.5.2. Selección de los rangos de datos.....	228

4.5.3. Agregar una nueva serie de datos al gráfico.....	229
4.5.4. Opciones del gráfico.....	229
4.5.5. Ubicación del gráfico.....	229
4.6. Modificación del gráfico.....	230
4.6.1. Tipo de gráfico.....	230
4.6.2. Datos de origen.....	230
4.6.3. Opciones de gráfico.....	230
4.6.4. Ubicación.....	231
4.6.5. Agregar datos y línea de tendencia.....	231
4.6.6. Vista en 3D.....	231
4.7. Borrado de un gráfico.....	232
4.8. Integración de gráficos en documentos.....	232
Resumen UF1756 .....	233
Glosario.....	239
Bibliografía.....	247

## **UF1755 Sistemas de información y bases de datos en consumo**

# 0

## Objetivos



El objetivo general de este módulo formativo se corresponde con la Unidad de Competencia UC0246\_3:

- Obtener, organizar y gestionar la información y documentación en materia de consumo.

Los objetivos específicos de la UF1755 son:

- Aplicar los métodos de obtención de información relacionadas con el consumo de bienes y servicios.
- Aplicar los procedimientos y métodos para organizar, tratar y archivar la información/documentación de consumo utilizando con eficacia aplicaciones informáticas de tratamiento y archivo de la información.

## Información y fuentes en consumo

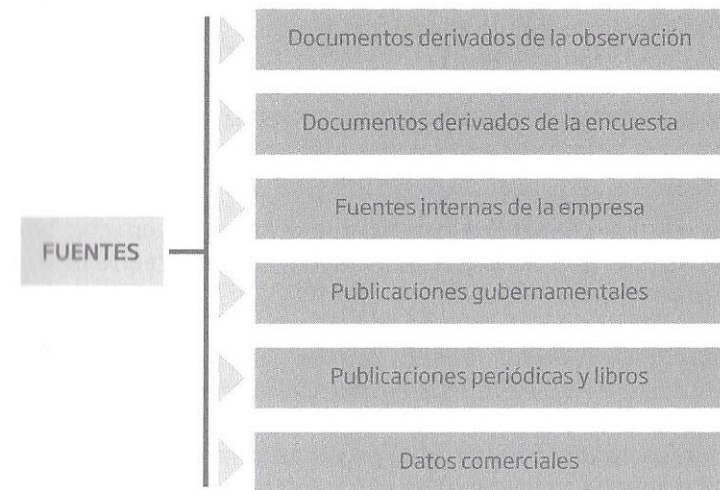


En la actualidad, los consumidores y usuarios necesitan obtener información sobre los productos y los servicios. Además, las organizaciones necesitan conocer las necesidades que tienen los consumidores o usuarios, para así poder atenderlas.

Es necesario que se realice un estudio sistemático sobre diversas áreas, pero a lo largo de esta unidad didáctica vamos a hacer un análisis global sobre los distintos documentos/fuentes de información.

### 1.1. Tipos de fuentes e información en consumo.

En materia de consumo existen diferentes tipos de fuentes de las que recabar la información. A continuación, vamos a estudiar las más relevantes, las cuáles las podemos ver en el siguiente esquema:



Los **documentos derivados de la observación** son los que aparecen tras la recopilación de los datos primarios a partir de las observaciones. Las principales características de este tipo de documentos son:

- Se pueden recopilar datos verídicos.
- La información puede ser sesgada.
- Es recomendable que los informes sean realizados por las mismas personas que han realizado la observación.

Los **documentos derivados de la encuesta** se obtienen después de haber realizado una encuesta. Las encuestas se realizan a una o más personas para conocer sus opiniones sobre un producto o servicio concreto. Gracias a las encuestas se logra conseguir información descriptiva.





Las organizaciones deben tener en cuenta que la información que obtienen de las encuestas es de carácter primario, es decir, proviene directamente de las personas o grupos de personas que estamos entrevistando. Por ejemplo: si una empresa necesita saber cuáles son las preferencias que tienen sus clientes sobre la hora en la adquirir unos productos determinados, se realizarán las encuestas directamente a ellos.

Las **fuentes internas de la propia empresa** son las que se obtienen de la actividad y de las investigaciones realizadas por la propia organización. Podemos diferenciar dos tipos de informaciones:

1. Las que forman parte de la propia organización y actividad de la empresa como, por ejemplo, un organigrama o los informes de ventas de los últimos meses.
2. Las que provienen de los estudios que se han realizado sobre otro tipo de fuentes, por ejemplo, las conclusiones que se han obtenido tras un estudio realizado a partir de encuestas a clientes.

Las **publicaciones gubernamentales** son fuentes que dependen de cada Estado. Como norma general, existen departamentos especializados para llevar a cabo estadísticas de los diferentes sectores de la actividad económica. Por ejemplo: el Instituto Nacional de Estadística publica periódicamente informes relacionados con las investigaciones y estadísticas que realizan, con el único fin de ponerlos a disposición de los ciudadanos para que puedan consultarlos en cualquier momento.

Las publicaciones gubernamentales pueden realizarse en formato papel o en formato digital.

### Instituto Nacional de Estadística

En España, el organismo que nos proporciona las diferentes estadísticas de varios sectores es el INE (Instituto Nacional de Estadística) y, además, en el ámbito de la defensa de los derechos de los consumidores tenemos el Instituto Nacional de Consumo, que ya hemos mencionado anteriormente.

El Instituto Nacional de Estadística es un Organismo Autónomo que tiene personalidad jurídica propia y que está adscrito al Ministerio de Economía y Competitividad.

La norma que regula el funcionamiento del instituto es el Real Decreto 508/2001 de 11 de mayo.

Tenemos que tener en cuenta que la competencia de estadística a nivel estatal es una competencia exclusiva del Estado y que todas las estadísticas que emanan de él son de consulta para cualquier persona física y jurídica.

Las publicaciones del Instituto Nacional de Estadística son un gran vivero de información, ya que se realizan con bases de datos oficiales ricas en información. El personal que las elaboran son profesionales cualificados y cuentan con medios suficientes para desarrollar sus funciones. No obstante, pueden aparecer diferentes problemas sobre este tipo de publicaciones como, por ejemplo:

1. Las fuentes de información pueden no ser accesibles al público.
2. La información que extraigamos puede estar sesgada.

### Las publicaciones periódicas y libros

Las publicaciones periódicas y libros son fuentes que están incluidas en nuestra vida de forma cotidiana. Las publicaciones periódicas y libros más comunes son:

- Los periódicos.
- Las revistas.

Debemos tener en cuenta que hoy en día podemos encontrar ambas tanto en formato papel como electrónico y que son de carácter periódico, en contraste con los libros. Esto nos permite tener información fresca y actualizada.

Los libros sobre consumo o especializados en técnicas de consumo son fuentes de información que pueden aportar datos muy interesantes para sus lectores. Pueden contener información sobre, por ejemplo, los siguientes datos:

- Sobre el uso de ciertos productos.
- Los precios de los productos o servicios.
- La garantía de los productos o servicios.
- Las formas para realizar una reclamación.
- Las distintas experiencias de los consumidores y usuarios cuando adquieren ciertos productos o servicios.
- Sobre los procedimientos de arbitraje y mediación.
- Las distintas formas de resolución de los conflictos en materia de consumo.
- Los productos y servicios más económicos.
- La evolución de la sociedad.

Los libros y las publicaciones periódicas son elaborados por expertos en las diferentes materias y eso garantiza que los contenidos sean fiables.

Los libros no deben ser tomados como una fuente única de información, pero sí puede ser suficiente para iniciarse en su estudio o investigación.

La elección de la bibliografía estará totalmente condicionada por su disponibilidad, simplicidad, contenido, autor, disciplina, formato y temática. Podemos dividir los tipos de libros en tres grandes grupos y utilizaremos unos u otros dependiendo del tipo de información que queremos en ese momento:

- Libros de carácter general; libros u obras genéricas que nos pueden dar unas pautas generales sobre el tema del que queremos información.
- Enciclopedias; son obras de amplia extensión y podemos consultarlas para dudas de todo tipo.
- Libros sobre temas específicos; son los que más nos incumben para ahondar en un tema concreto y se pueden completar con el resto de libros, tanto los genéricos como los de carácter enciclopédico.

Los **datos comerciales** son los que derivan de estudios de carácter comercial, en los que se busca información sobre la actividad empresarial de diversas compañías. Las características de este tipo de datos son:

- Se realizan comparaciones entre las empresas.
- Es utilizada para tomar decisiones de carácter comercial.

Las entidades empresariales tienen la posibilidad de permitir acceder a sus registros o bases de datos.

## 1.2. Fuentes de información institucional en consumo.

Las fuentes de información institucional en materia de consumo son las que contienen información de distintas Administraciones Públicas. Las fuentes de información institucional en consumo son las que provienen de las siguientes Administraciones Públicas:

- La Unión Europea.
- Administración General del Estado.
- Las Comunidades Autónomas.
- Las entidades Locales.

A continuación, vamos a estudiar cada una de ellas.

### 1.2.1. Europea.

La Unión Europea (en adelante UE) es una institución supranacional con competencias en materia de consumo. La UE tiene las siguientes funciones en materia de consumo:

- Establecer los sistemas para garantizar al consumidor su bienestar económico, su seguridad y su salud.
- Reconocer la defensa de los consumidores como una política comunitaria encaminada a proteger todos los derechos de los consumidores y usuarios.
- Establecer medidas que tengan que implantar los estados miembros para garantizar la defensa y garantías de los derechos que tienen las europeas en materia de consumo.

La legislación de la UE es supranacional, es decir, todos los estados miembros deben aplicarla. En materia de consumo, es la propia Unión Europea la que marca un mínimo de protección hacia los consumidores y usuarios que deberá ser tomada en cuenta por cada uno de los estados miembros.

Los estados tienen que aplicar las normativas comunitarias. Para ello desarrollarán la normativa necesaria para el cumplimiento europeo. No obstante, pueden adoptar medidas de protección adicional para los consumidores y usuarios de su Estado. Las principales fuentes de información en materia de consumo a nivel europeo son la legislación comunitaria y la jurisprudencia.



Los usuarios pueden consultar ambas fuentes en el Diario Oficial de la Unión Europea (DOUE) y en la página web del Tribunal de Justicia de la UE.

### 1.2.2. Nacional: el CIDOC (Centro de Información y Documentación del Consumo).

El Centro de Información y Documentación del Consumo (en adelante CIDOC) es un departamento dependiente del Instituto Nacional de Consumo. Las principales funciones del CIDOC son:

- a. La elaboración de información relativa a temas relacionados con el consumo.

- b. La difusión de la información que elabora.
- c. Propiciar la difusión de la información relativa a la defensa de los derechos de los consumidores y usuarios.

El CIDOC ofrece a los usuarios mucha información, contenida en diversas bases de datos de información sobre consumo, que se agrupa en dos bloques temáticos:

1. Área jurídica, que engloba:
  - a. Legislación en materia de consumo.
  - b. Jurisprudencia en materia de consumo.
2. Área bibliográfica, en la que están incluidas monografías, artículos y la relación de revistas que se reciben en el CIDOC.

Tenemos que destacar una herramienta muy utilizada por el CIDOC que es el Catálogo de fuentes de informaciones estadísticas y cualitativas sobre consumo, que tiene como principales funciones:

- Sistematizar la información y catalogarla.
- Ayuda en la búsqueda de bases de datos sobre estudios, tanto públicos como privados, nacionales e internacionales.

A través del CIDOC se puede consultar un directorio en el que se pueden encontrar todas las organizaciones de consumo españolas y extranjeras más relevantes.

El centro en el que está ubicado el CIDOC está en la Calle Príncipe de Vergara, número 54, en Madrid.

En la siguiente imagen podemos ver la página de inicio del CIDOC.



### 1.2.3. Autonómica.

El artículo 51 de la Constitución española establece que:

1. *Los poderes públicos garantizarán la defensa de los consumidores y usuarios, protegiendo, mediante procedimientos eficaces, la seguridad, la salud y los legítimos intereses económicos de los mismos.*
2. *Los poderes públicos promoverán la información y la educación de los consumidores y usuarios, fomentarán sus organizaciones y oirán a éstas en las cuestiones que puedan afectar a aquéllos, en los términos que la Ley establezca."*

Debemos tener en cuenta que las Comunidades Autónomas también son poderes públicos y que, dentro de las competencias que pueden tener asumidas, deben contar con un servicio de apoyo en materia de consumo. El servicio de apoyo en materia de consumo de las Comunidades Autónomas tiene como principal fin la recopilación y el estudio de documentación específica en esta materia, así como información sobre legislación y jurisprudencia a nivel europeo, estatal y autonómico.

Los centros de consumo dependientes de las Comunidades Autónomas deben tener las principales funciones:

1. Garantizar el acceso a la información en materia de consumo.
2. Realizar préstamos, de carácter gratuito, sobre la información en materia de consumo que posee, derivada de estudios y conclusiones.

### 1.2.4. Local.

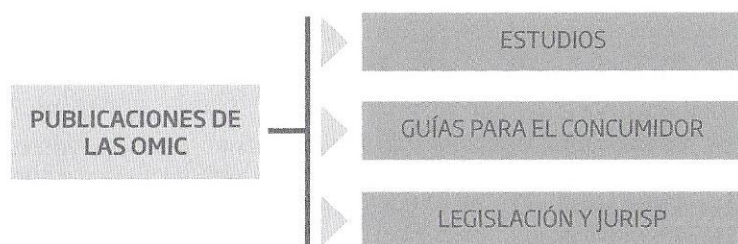
Las entidades locales, en el ámbito de las competencias que les atribuye la ley, pueden contar con una Oficina Municipal de Información al Consumidor que garantizará un servicio público. La Ley 7/1985, de 2 de abril, de Bases de Régimen Local, establece que:

*"El Municipio ejercerá en todo caso competencias en los términos de la legislación del Estado y de las Comunidades Autónomas, en las siguientes materias: (...) defensa de usuarios y consumidores".*

Por lo tanto, las entidades locales deben prestar a los consumidores y usuarios servicios de información, educación, formación, orientación y asesoramiento en materia de consumo.

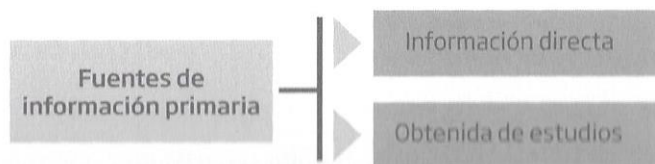
Los consumidores y usuarios tienen a su servicio la posibilidad de realizar consultas, presentar hojas de reclamación o solicitar información y documentación en materia de consumo.

Las **OMIC** editan publicaciones de interés sobre diversos temas relacionados con el consumo. Dichas publicaciones se realizan de forma regular. Normalmente, se trata de guías y folletos con información sobre este tipo de relaciones.



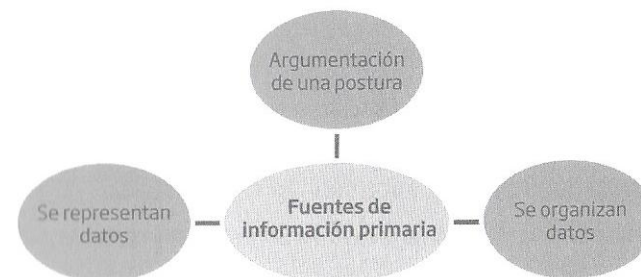
### 1.3. Fuentes de información primaria en consumo.

Las fuentes de información primaria en materia de consumo son las que contienen datos nuevos que se adquieren específicamente para el estudio que se está realizando. Los usuarios deben tener en cuenta que se puede acceder a las mismas directamente o a través de las fuentes secundarias.



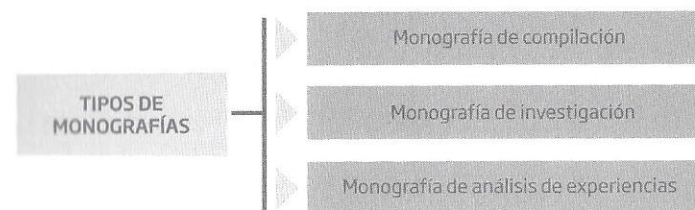
### 1.3.1. Monografías.

Las monografías con informes escritos en los que argumenta una postura, se presentan y se organizan datos sobre una determinada temática obtenidos por diversas fuentes.



Las monografías cuentan con un objeto de estudio que se tendrá que investigar, descubrir y reunir toda la información pertinente. En primer lugar, los responsables de realizar la monografía tendrán que enunciar la hipótesis sobre la que va a girar el trabajo y exponer las razones que afirmen o nieguen estas hipótesis, de manera crítica.

En el siguiente esquema, podemos ver las monografías más utilizadas:



- **Monografía de compilación.** Se elige un tema para examinar y redactar una presentación crítica. Se deberán mostrar los diferentes puntos de vista de manera exhaustiva para realizar la opinión personal.
- **Monografía de investigación.** Se investiga en torno a un tema nuevo o poco analizado para conocer más y aportar algún dato novedoso del mismo.
- **Monografía de análisis de experiencias.** Se sacan conclusiones de las experiencias analizadas y se comparan con otras semejantes.

### 1.3.2. Informes técnicos.

Los informes técnicos son trabajos sobre un tema determinado que tienen su origen en un problema de origen especializado. Los pasos que debe seguir un informe técnico son los siguientes:

- Se exponen de forma escrita las circunstancias observadas.
- Se analizan para poder sacar unas conclusiones.

Podemos distinguir varios **tipos** de informes. A continuación, estudiaremos los más relevantes:

- **Dictámenes y peritaciones:** se realizan valoraciones, consideraciones, juicios, ideas y conclusiones de expertos sobre un tema concreto.
- **Inspecciones o reconocimientos:** los expertos describen circunstancias tras un examen exhaustivo.
- **Arbitrajes:** emiten una opinión debidamente razonada.
- **Expedientes:** lograr una resolución a un tema concreto.



### 1.3.3. Revistas (publicaciones periódicas o seriadas).

Las publicaciones periódicas o seriadas son bibliografías que acumulan un tipo de material bibliográfico específico.

Las normas ISO 3297 y UNE 50-104-94 definen las publicaciones en serie como:

*"Aquellas que se editan en fascículos o volúmenes sucesivos y numerados secuencialmente y cuya aparición continúa indefinidamente, cualquiera que sea su periodicidad. Incluyen revistas, periódicos, anuarios, series de informes y memorias de las instituciones, series de actas de congresos, conferencias, series monográficas, etc."*

### 1.3.4. Catálogos de productos.

Los catálogos de productos son listas ordenadas que se realizan sobre documentos clasificados. Los catálogos contienen documentos con información sobre un tema concreto, que sean de fácil recopilación y recuperación.

### 1.3.5. Normas.

Las normas son disposiciones que aprueban las distintas Administraciones Públicas para regular ciertas materias que deben ser respetadas por todos los ciudadanos. Por ejemplo, un bando de un alcalde es una norma que debe ser respetada por todos los ciudadanos del ayuntamiento, y si violan esa norma serán sancionados por el propio municipio.

Las normas también pueden emanar de otras instituciones que no sean Administraciones Públicas, en las que se establecen una serie de procedimientos normalizados tales como, por ejemplo: la Organización Internacional de Normalización (International Standard Organization, ISO), AENOR, AFNOR, etc.

Las normas que emanan de entidades públicas o privadas pueden ser fuentes de información muy importantes en consumo.

### 1.3.6. Materiales no convencionales y otros.

Podemos estudiar otro tipo de fuentes primarias como, por ejemplo:

1. La observación.
2. La mediación.
3. Los cuestionarios.
4. El estudio documental.

#### La observación

La observación es una técnica muy útil a través de la cual se recaba la información que los observadores necesitan para sacar unas conclusiones determinadas.

Las principales **características** de la observación son:

- El observador obtiene en primera persona los datos que necesita estudiar.
- Se busca información concreta.

## La medición

La medición es un procedimiento en el que se obtiene información comprobando la veracidad de la información obtenida.

Para medir la información, los expertos deberán:

- Saber qué tipo de información es y cómo ha sido recogida.
- Elegir el tipo de medición más adecuada.

## Los cuestionarios

Los cuestionarios son documentos en los que se realizan una serie de preguntas que deberán ser contestadas por las personas de las que queramos obtener información. Las principales **características** de los cuestionarios son:

- Contienen preguntas diseñadas con anterioridad.
- Aportan información de fuentes primarias.

## El estudio documental

A través del estudio documental se recoge información sobre documentos ya realizados. Los documentos son los soportes que contienen un tipo de información y que, además, la transmiten.

Las principales **características** del estudio documental son:

1. La recolección, selección, análisis y presentación de información coherente a partir del uso de documentos.
2. Realización de forma ordenada y con objetivos precisos, con la finalidad de ser base para la construcción de conocimientos.
3. Conocer las principales técnicas para la localización, clasificación y análisis de documentos y contenidos.

### 1.3.7. Encuestas a consumidores.

Las **encuestas** son instrumentos que se utilizan para poder obtener una información concreta. Las preguntas tienen la finalidad de obtener información.

Las principales **características** que deben tener las encuestas son las siguientes:

- a. Deben servir para analizar la información deseada.
- b. Deben estar hechas para un cierto sector de personas, en relación con el consumo; para ciertos consumidores y usuarios.

- c. Tiene que haber diferentes opciones de respuesta.

Las personas que vayan a realizar las encuestas deberán tener en cuenta los siguientes puntos:

- Seleccionar el tema adecuadamente, ya que si se elige un tema genérico, los resultados deseados pueden no ser positivos.
- Saber a qué tipo de personas se va a realizar la encuesta.
- Realizar un guión con las preguntas clave para obtener información.
- Citarse con las personas a las que vamos a encuestar con tiempo suficiente para que éstas no tengan prisa y contesten tranquilamente.
- Saber elegir el canal de comunicación. Lo más recomendable es la comunicación interpersonal, es decir, cara a cara. No obstante, muchas organizaciones optan por realizar los cuestionarios por otro tipo de canales como, por ejemplo, el teléfono.

## 1.4. Fuentes de información secundaria en consumo.

Las fuentes de información secundaria en consumo son datos ya existentes y que se han recopilado anteriormente, además de estar organizados según un esquema predeterminado.

Las fuentes de información secundaria tienen las siguientes **características**:

1. Son rápidas.
2. Son fáciles de obtener.
3. Son eficientes.

Algunos **ejemplos** de fuentes de información secundaria son:

- Las bases de datos.
- Los diccionarios.
- Las estadísticas.

### 1.4.1. Índices bibliográficos.

Los índices bibliográficos son listas de referencias bibliográficas ordenadas según los criterios elegidos por los responsables como, por ejemplo, el orden alfabético de los autores, las revistas, las materias, los títulos, etc., carentes de resúmenes.

Las referencias corresponden a documentos previamente registrados durante un tiempo comprendido entre dos ediciones sucesivas del índice bibliográfico; además,