

Encuestas de opinión a los ciudadanos de las provincias de SEVILLA, MADRID, BARCELONA, VALENCIA, MÁLAGA, VALLADOLID, MURCIA, TOLEDO Y VIZCAYA, acerca de las **Asociaciones de Consumidores**



SEVILLA



MADRID



BARCELONA



VALENCIA



MÁLAGA



VALLADOLID



MURCIA



TOLEDO



VIZCAYA



FUNDACIÓN FACUA para la
cooperación internacional
y el consumo sostenible

La **Fundación FACUA para la Cooperación Internacional y el Consumo Sostenible**, institución creada por FACUA-Consumidores en Acción como medio para contribuir a fomentar la realización de actividades de cooperación internacional con el movimiento de consumidores de América Latina y el Caribe y de otros continentes, así como para dedicarse al estudio y a la investigación del movimiento consumerista y también a la formación de ciudadanos que apuesten por un consumo más racional y sostenible, ha realizado encuestas de opinión a los ciudadanos de nueve provincias españolas, con el fin de conocer su opinión acerca de las Asociaciones de Consumidores y su grado de conocimiento y valoración sobre las mismas.

Las encuestas fueron realizadas, con la colaboración de alumnos de la Facultad de Matemáticas de la Universidad de Sevilla y bajo la supervisión de sus profesores, a un total de 3.765 personas de 75 municipios en las provincias de Sevilla, Madrid, Barcelona, Valencia, Málaga, Valladolid, Murcia, Toledo y Vizcaya, durante el periodo comprendido entre octubre de 2009 y junio de 2011.

Todas las encuestas, fueron realizadas a través de entrevistas telefónicas a usuarios seleccionados mediante muestreos por cuotas de sexo y edad en municipios elegidos en función de su número de habitantes, por lo que sus resultados arrojan un nivel de confianza del 95,5%.

Del resultado de las nueve encuestas, se han obtenido unos resultados que nos permite tener una valoración clara por provincia y una idea general de la opinión de los consumidores españoles en relación a los mismos temas y conocer las semejanzas y las diferencias que se producen en las distintas provincias.

En este estudio comparativo, hemos considerado oportuno presentar sólo los resultados a las respuestas ofrecidas por los ciudadanos en siete de las catorce preguntas realizadas en cada una de las encuestas:

1. **Si tuviese algún problema como consumidor y la empresa no solucionase su reclamación, ¿dónde se dirigiría?**
2. **¿Cree usted que se trata de un organismo privado o público?**
3. **¿Cuáles conoce de estas asociaciones que le nombramos?**
4. **¿A través de qué o quién conoció la/s asociación/es de consumidores?**
5. **¿Cómo valora usted la labor que realizan estas asociaciones?**
6. **¿Por qué motivo decidió afiliarse?**
7. **¿Por qué motivo no está afiliado a alguna asociación?**

Los textos completos de las nueve encuestas, pueden ser leídas o descargadas, en <https://www.facua.org/es/fundacion.php>.

1º. Si tuviese algún problema como consumidor y la empresa no solucionase su reclamación, ¿dónde se dirigiría?

El resultado de las respuestas de los ciudadanos encuestados fue la siguiente en cada una de las provincias:

	Sevilla	Madrid	Barcelona	Valencia	Málaga	Valladolid	Murcia	Toledo	Vizcaya
A la empresa	3,72%	3,75%	4,25%	6,25%	5,25%	6,25%	9,75%	5,40%	5,00%
A un abogado	6,19%	3,00%	11,75%	1,00%	2,25%	2,25%	9,00%	0,40%	2,60%
Asociaciones de Consumidores	28,68%	22,75%	15,00%	27,50%	27,25%	24,25%	10,25%	13,60%	11,90%
Policía	3,19%	1,00%	3,00%	3,00%	1,75%	2,25%	1,00%	-	-
OMIC	44,42%	38,00%	25,75%	47,00%	27,00%	38,75%	16,25%	41,80%	43,20%
Hojas de reclamaciones	-	7,00%	7,00%	2,50%	9,00%	4,75%	14,75%	-	-
Internet	0,71%	0,75%	1,50%	-	1,75%	1,25%	0,50%	-	-
No sabe	12,74%	22,25%	27,00%	11,00%	22,00%	18,00%	27,50%	32,30%	30,60%
Nada	0,35%	1,25%	4,75%	-	3,75%	2,25%	11,00%	3,20%	2,50%
Otras posibles	-	0,25%	-	1,75%	-	-	-	3,20%	4,10%

En el conjunto de las provincias encuestadas, los ciudadanos han indicado que al lugar que acudiría mayoritariamente si tuvieran un problema de consumo es a las Oficinas Municipales de Información al Consumidor (OMIC), aunque los porcentajes son diferentes en cada una de las provincias, oscilando entre el 16% y el 47%.

El segundo lugar indicado por los ciudadanos como el preferente para acudir a exponer sus problemas de consumo, son las Asociaciones de Consumidores, con porcentajes que varían del 10 al 30% según las provincias.

Otro aspecto destacable en este tema, lo representa el alto porcentaje de ciudadanos, entre el 11% al 32% según las provincias, que responde que no sabe qué haría si tuviera un problema relacionado con el consumo.

2º. ¿Cree usted que se trata de un organismo privado o público?

El resultado de las respuestas de los ciudadanos encuestados fue la siguiente en cada una de las provincias:

	Sevilla	Madrid	Barcelona	Valencia	Málaga	Valladolid	Murcia	Toledo	Vizcaya
Público	56,74%	46,06%	40,21%	34,00%	46,56%	35,77%	45,42%	36,30%	35,70%
Privado	39,95%	32,12%	34,27%	63,75%	34,10%	33,21%	24,18%	47,00%	36,30%
Mixto	2,84%	6,06%	6,99%	-	2,95%	12,41%	9,80%	-	-
No sabe	0,47%	15,76%	18,53%	2,25%	16,39%	18,61%	20,59%	16,60%	28,00%

Independientemente del altísimo número de ciudadanos que afirmaron saber lo que eran las Asociaciones de Consumidores, en la respuesta a esta pregunta quedó claro que sólo entre un 30 y un 50% de los encuestados de la mayoría de las provincias sabían que se trataba de organizaciones privadas sin ánimo de lucro, aunque este porcentaje se sitúa en torno al 24% en Murcia y el 63% en Valencia.

Por el contrario, entre un 34% y un 56% de los ciudadanos que afirmaron saber lo que eran las organizaciones de consumidores, indicaron que eran organismos públicos que formarían parte de las administraciones públicas.

3°. ¿Cuáles conoce de esta relación de organizaciones de consumidores?

El resultado de las respuestas de los ciudadanos encuestados fue la siguiente en cada una de las provincias:

	Sevilla	Madrid	Barcelona	Valencia	Málaga	Valladolid	Murcia	Toledo	Vizcaya
OCU	52,74%	66,50%	31,75%	65,50%	54,75%	66,75%	36,50%	60,40%	58,60%
FACUA	79,82%	41,50%	24,25%	50,00%	47,50%	39,75%	21,50%	36,50%	27,50%
UCE	5,31%	4,00%	4,50%	7,25%	14,25%	6,25%	18,00%	9,70%	18,00%
CEACCU	2,30%	2,50%	2,50%	0,75%	1,75%	7,25%	8,25%	2,30%	-
CECU	2,48%	5,75%	5,00%	7,00%	4,00%	23,00%	1,50%	15,60%	-
ADICAE	0,53%	4,50%	10,00%	3,25%	3,50%	15,00%	4,75%	6,20%	8,30%
UNAE	0,53%	1,00%	1,50%	8,50%	1,25%	13,75%	1,00%	-	-
ASGECO	2,30%	1,00%	0,25%	0,75%	1,25%	3,50%	0,25%	-	0,40%
FUCI	-	-	0,25%	0,25%	0,25%	-	-	-	-
AUC	-	-	3,75%	1,50%	0,75%	-	0,75%	1,70%	1,10%
AUSBANC	9,56%	9,50%	11,75%	21,75%	7,50%	24,00%	12,75%	12,30%	16,80%
AL-ANDALUS	8,14%				2,75%				
UCA	9,38%				12,25%				
ACPB			10,50%						
AICUC			1,25%						
OCUC			19,50%						
UCC			3,50%						
AVACU				13,00%					
TYRIUS				18,25%					
NTRA. SRA. S. LORENZO						21,25%			
ACUA							3,25%		
THADER							1,75%		
CONSUMUR							5,25%		
ALDONZA								0,90%	
LA VEGA								2,50%	
BKE-EKE									2,60%
ETXEKO-ANDRE									1,00%
URKOA									5,90%
ASCOFA									0,50%

A todos los ciudadanos encuestados se le presentó una relación de 11 organizaciones de consumidores de ámbito nacional o estatal, las 10 que forman parte del Consejo de Consumidores y Usuarios de España, más Ausbanc (que están en marrón), además de los nombres de las asociaciones más representativas de su respectiva provincia (que están en verde).

Del resultado de la encuesta, se desprende que la organización más conocida es la OCU, ya que ocupa el primer lugar en ocho de las provincias, excepto en Sevilla que la más conocida es FACUA.

La segunda organización más conocida en ocho de las provincias es FACUA, excepto en el caso de Sevilla que esa posición la ocupa OCU.

Los siguientes puestos son ocupados por unas u otras asociaciones en cada una de las provincias, según se puede ver en el cuadro comparativo, en el que ocupan también niveles destacados algunas de las organizaciones de ámbito autonómico o provincial, pertenecientes a organizaciones de ámbito nacional, como son los casos de OCUC y ACPB en Barcelona y de Tyrius y Avacu en Valencia.

4º. ¿A través de qué o quién conoció la/s asociación/es de consumidores?

El resultado de las respuestas de los ciudadanos encuestados fue la siguiente en cada una de las provincias:

	Sevilla	Madrid	Barcelona	Valencia	Málaga	Valladolid	Murcia	Toledo	Vizcaya
Televisión	65,48%	23,05%	28,40%	50,00%	35,01%	36,70%	23,05%	45,10%	41,50%
Radio	24,65%	8,36%	13,91%	12,50%	8,90%	27,95%	18,07%	7,70%	7,20%
Prensa escrita	26,23%	20,75%	18,64%	19,25%	20,77%	19,19%	18,69%	10,00%	7,50%
Internet	9,47%	10,09%	10,06%	4,75%	15,73%	7,07%	6,85%	5,60%	6,50%
Otras personas	19,13%	17,00%	16,27%	26,00%	20,18%	20,54%	13,71%	20,00%	17,30%
Otras vías	3,55%	6,92%	3,25%	6,75%	5,64%	14,81%	0,93%	2,60%	3,20%



Los medios de comunicación son, sin ninguna duda, la vía de conocimiento mayoritaria por la que los ciudadanos se informan de la existencia de las Asociaciones de Consumidores. De ellos, es la televisión la que representa el medio por el que el mayor número de ciudadanos se ha informado en las nueve provincias, seguido de la prensa escrita y la radio, por ese orden en la mayoría de ellas. También hay que destacar que en todas las provincias se señaló a Internet como una vía de conocimiento, que irá en aumento en los próximos años.

Otra vía importante de conocimiento sobre la existencia de estas asociaciones, lo ha sido el denominado boca a boca.

5°. ¿Cómo valora usted la labor que realizan estas asociaciones?

El resultado de las respuestas de los ciudadanos encuestados fue la siguiente en cada una de las provincias:

	Sevilla	Madrid	Barcelona	Valencia	Málaga	Valladolid	Murcia	Toledo	Vizcaya
Muy bien	17,97%	9,39%	6,64%	8,25%	11,48%	13,50%	11,76%	8,40%	8,40%
Bien	51,06%	44,24%	45,45%	34,50%	45,90%	45,99%	47,06%	42,60%	45,60%
Regular	14,66%	11,21%	15,38%	15,25%	7,54%	8,03%	6,54%	6,40%	7,70%
Mal	1,65%	3,03%	3,50%	-	3,28%	4,38%	1,63%	3,40%	1,00%
Muy mal	-	0,91%	0,35%	-	0,98%	2,19%	0,65%	0,10%	0,40%
NS/NC	14,66%	31,21%	28,67%	42,00%	30,82%	25,91%	32,35%	39,00%	36,80%

El nivel de valoración existente entre los ciudadanos de las nueve provincias, acerca de la labor que realizan las Asociaciones de Consumidores, es muy favorable, ya que entre el 42,75% y el 69,03%, según las provincias, lo consideran “buena o muy buena”.

Entre un 6,40% al 15,38%, según las provincias, consideran que dicha labor debe ser considerada como “regular”.

Finalmente habría que señalar que sólo entre un 1,40% y un 6,57%, según las provincias, consideraron la labor de estas asociaciones como “mala o muy mala”.

Junto con estas calificaciones, hay que destacar que un alto porcentaje de ciudadanos, entre un 14,66% y un 39%, según las provincias, no supieron valorar la labor de las Asociaciones de Consumidores.

6°. ¿Por qué motivo decidió afiliarse?

El resultado de las respuestas de los ciudadanos encuestados fue la siguiente en cada una de las provincias:

	Sevilla	Madrid	Barcelona	Valencia	Málaga	Valladolid	Murcia	Toledo	Vizcaya
Buscar información	2,78%	38,89%	25,55%	53,33%	25,00%	20,00%	-	15,30%	18,20%
Resolver problema	80,56%	33,33%	62,50%	-	41,67%	50,00%	100%	16,50%	29,50%
Tener seguridad	13,89%	16,67%	-	-	25,00%	10,00%	-	8,90%	14,30%
Ser interesante	-	11,11%	12,50%	-	8,33%	20,00%	-	59,20%	38,10%
Otras causas	-	-	-	40,00%	-	-	-	-	-

Valorando los motivos que llevaron a los ciudadanos a asociarse en una de las Asociaciones de Consumidores, se puede llegar a la conclusión de que la mayoría de éstos lo hicieron porque tenían un problema relacionado con el consumo y buscaban en dichas organizaciones la solución a los mismos.

Un segundo bloque de ciudadanos asociados, declararon que para ellos lo más importante, en su decisión de asociarse, fue la búsqueda de información sobre sus derechos como consumidor.

El tercer bloque de ciudadanos que optaron por asociarse a estas organizaciones, declararon que pertenecer a una Asociación de Consumidores, les daba seguridad en relación a sus actos de compra o contratación de productos o servicios.

Finalmente, hay que destacar también que un importante número de ciudadanos, declararon que para ellos, era interesante pertenecer a una Asociación de Consumidores, pues valoraban positivamente la labor de las mismas.

7°. ¿Por qué motivo no está afiliado a alguna asociación?

El resultado de las respuestas de los ciudadanos encuestados fue la siguiente en cada una de las provincias:

	Sevilla	Madrid	Barcelona	Valencia	Málaga	Valladolid	Murcia	Toledo	Vizcaya
Desinterés	18,75%	15,45%	10,00%	16,10%	6,56%	17,42%	2,30%	21,20%	21,60%
Razones económicas	3,13%	5,50%	2,42%	9,35%	9,84%	3,79%	3,95%	5,10%	4,00%
Falta de confianza	5,21%	3,40%	11,82%	7,01%	10,49%	3,03%	9,87%	0,50%	0,80%
Falta de información	10,68%	7,85%	22,12%	6,23%	13,44%	19,70%	25,00%	11,11%	11,50%
Mala experiencia	1,04%	1,31%	0,91%	-	0,66%	1,52%	-	2,30%	0,70%
No necesitarlo	45,57%	45,55%	23,64%	47,79%	24,26%	28,03%	27,63%	39,30%	37,70%
No se asociaría	7,03%	5,50%	4,24%	10,13%	5,90%	1,89%	-	12,80%	12,50%
No sabe	8,59%	15,45%	24,85%	16,10%	28,85%	24,62%	31,25%	7,20%	10,90%

Si los resultados de la pregunta anterior nos ofrecen datos interesantes sobre las causas o motivos que llevan a los ciudadanos a asociarse, en el caso de esta pregunta nos permite profundizar sobre lo contrario, es decir sobre las causas que impiden a los ciudadanos, dar el paso de asociarse en una Asociación de Consumidores.

De las respuestas de los ciudadanos a esta pregunta podemos sacar algunas informaciones interesantes, y una de ellas es que la falta de información, es decir el desconocimiento de su existencia o el no haber sufrido problemas de consumo, son las dos primeras causas que llevan a dichos ciudadanos a no asociarse. Lo cual nos indica que cuando esos ciudadanos sufran un abuso o un fraude, y además conozcan a alguna asociación, es posible que valoren necesario asociarse para defender sus derechos.

Si tenemos en cuenta que este bloque de ciudadanos pueden representar entre el 37,70% y el 56,25%, según las provincias, se puede afirmar que hay un importante sector de consumidores, en torno a la mitad de población, a la que hay que informar para que pueda asociarse cuando necesite a una Asociación de Consumidores.

De los datos obtenidos, también se desprende el hecho de que hay otro importante sector de consumidores, que mostraron su desinterés o su falta de confianza hacia las Asociaciones de Consumi-

dores, comprendido entre un 12,17% y un 23,96%, según las provincias, que unido a los ciudadanos que manifiestan que han tenido **“malas experiencias”** o no están dispuestos a abonar una cuota por asociarse, y que representan un segmento que difícilmente se asociarían a una organización de consumidores.

Finalmente, hay que señalar también que existe un porcentaje de ciudadanos situado entre el 1,89% y el 12,80%, según las provincias, que declararon que no se asociarían en ningún caso a este tipo de asociaciones.

A modo de conclusiones

Las OMIC son la vía más utilizada por los ciudadanos de las nueve provincias encuestadas para solicitar información cuando tienen un problema relacionado por el consumo. Las Asociaciones de Consumidores son la segunda vía utilizada por los ciudadanos para defender sus derechos.

Un importante porcentaje de ciudadanos, entre un 34% y un 56% según las provincias, confunden a las Asociaciones de Consumidores con organismos públicos dependientes de las administraciones (ayuntamientos o gobiernos de comunidades autónomas), lo cual provoca algunas confusiones en dichos ciudadanos cuando acuden a alguna de las organizaciones para solicitar información sobre la tramitación de una consulta o denuncia, y le informan que se trata de entidades privadas sin ánimo de lucro a las que hay que pertenecer y abonar una cuota para recibir los servicios de asesoramiento jurídico de dichas asociaciones.

Las Asociaciones de Consumidores más conocidas en las nueve provincias encuestadas, son OCU y FACUA, en este orden, aunque en el caso de Sevilla, el orden cambia y es la segunda de las organizaciones la más conocida.

Los medios de comunicación son la vía por la que mayoritariamente los ciudadanos conocen de la existencia de las Asociaciones de Consumidores, y es la televisión, entre todas ellas, la que mayor porcentaje declaran los encuestados. Junto con esta vía, el boca a boca representa otro de los procedimientos que permite a los ciudadanos conocer la existencia de dichas organizaciones.

La labor que realizan estas asociaciones es valorada positivamente por la mayoría de los ciudadanos de las nueve provincias.

Los motivos por los cuáles los ciudadanos deciden asociarse a una organización de consumidores, son porque buscan resolver un problema de consumo, quieren información sobre sus derechos como consumidor y porque sienten seguridad a pertenecer a una de ellas. Otro sector de los ciudadanos se asocia a estas organizaciones porque les parece interesante la labor que realizan y las valoran positivamente.

Un porcentaje importante de ciudadanos que en algunos casos se pueden situar en torno al 50%, no se asocian a las Asociaciones de Consumidores porque no tienen información sobre su existencia o porque no han tenido problemas relacionados con el consumo y aún no las han necesitado.



Bécquer, 25 - 41002 Sevilla
fundacion@fundacionfacua.org