

En el marco de las actividades anuales, CECUMadrid ha establecido como estudio necesario, para este año 2007, una primera aproximación a la realidad madrileña en cuanto a Políticas de Consumo. El motivo de este estudio es doble. Por un lado al encontrarnos en año electoral y con vistas a los próximos cuatro años de legislatura, queríamos comprobar como se encuentran las distintas entidades, públicas y privadas, involucradas en las distintas Políticas de Consumo. Por ello hemos centrado nuestro estudio en las administraciones local y autonómica de Madrid, así como las asociaciones de consumidores.

Por otro lado, hemos querido aprovechar la aparición de nuestra nueva revista MUNDOCONSUMO, que va a dar continuidad y profundidad a nuestra anterior publicación, Todoconsumo, para incorporar en la misma un resumen de los resultados.

Cuando comenzamos el análisis de resultados comprobamos que este estudio se caracterizaba por la preponderancia del No y del NS/NC. Más allá de las diferencias y características zonales, la norma ha sido un desconocimiento generalizado de los mecanismos y estructuras de las políticas de consumo en nuestra región.

Para hacer un primer acercamiento a esta problemática CECUMadrid ha realizado una encuesta en todos los municipios madrileños y en los distintos distritos municipales de Madrid. En total se han realizado 1505 encuestas en 179 municipios y en los 21 distritos de la capital.

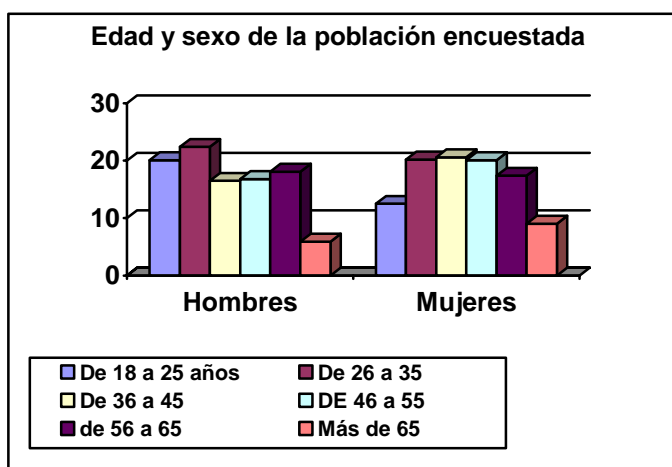
La encuesta está dividida en 7 bloques:

- En el primer bloque se plantean las cuestiones generales para enmarcar la muestra: sexo, edad y nivel de estudios del encuestado.
- En el segundo bloque se realizan una serie de preguntas para saber el grado de conocimiento del encuestado/a sobre las Oficinas de Información al Consumidor, tanto municipales como regionales.
- Con las preguntas del tercer bloque se pretende averiguar el conocimiento de las estructuras municipales en materia de consumo.
- Al hilo del cuarto bloque se pregunta a los encuestados su conocimiento sobre las distintas campañas de información al consumidor, realizadas por las administraciones públicas, autonómicas y municipales, y su eficacia.
- En el quinto bloque se pregunta sobre las asociaciones de consumidores y su eficacia.
- En el sexto bloque se evalúa el grado de conocimiento por parte de los madrileños/as del sistema de Arbitraje.

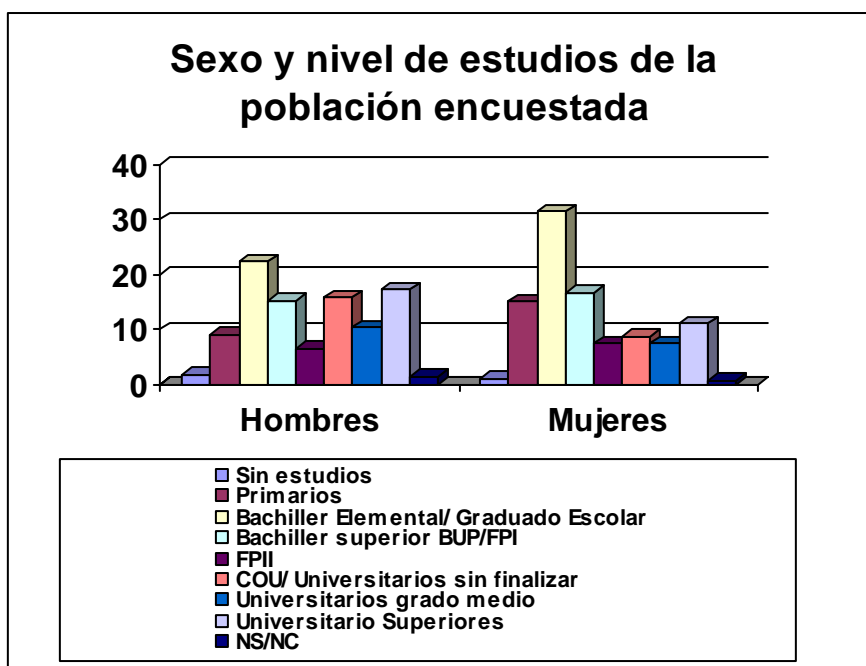
- Por último hemos querido saber que grado de conocimiento creen los encuestados/as que tienen en materia de consumo.

La encuesta ha sido realizada tanto presencialmente como telefónicamente y de manera totalmente aleatoria. Hemos querido que esta aleatoriedad fuera exhaustiva ya que podríamos caer en el vicio de realizar las encuestas en nuestro entorno más cercano o en nuestras distintas sedes, que por cuestiones obvias deformaría el espíritu de la encuesta.

Se preguntó a los encuestados/as por su sexo, edad y nivel de estudios. En los siguientes gráficos veremos los distintos porcentajes según sexo y nivel de estudios y sexo y edad.



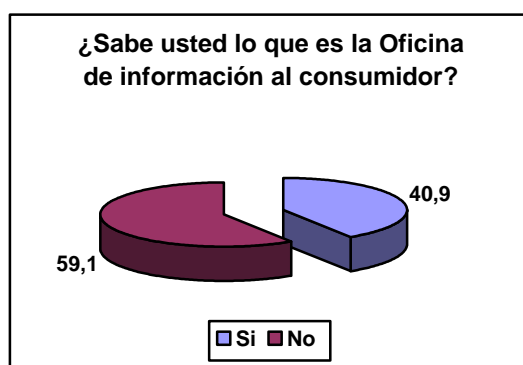
Gráficos generales



1. Oficinas de Información al Consumidor.

Los datos reflejan que el 40,9% de la población madrileña, mayor de 18 años, conoce lo que es una oficina de información al consumidor. Este porcentaje no es pequeño ya que representa más de dos millones de madrileños que conocen una de las vías principales de información y denuncia en consumo.

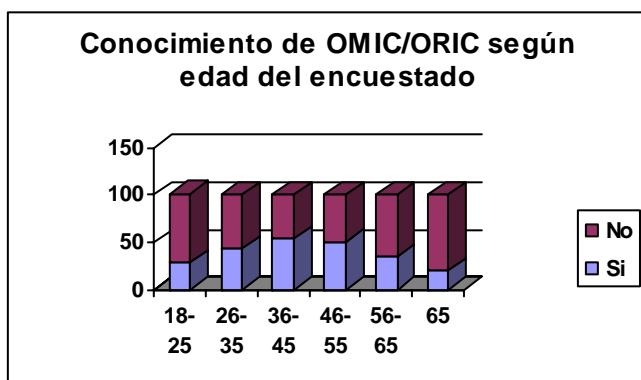
Gráficos generales



Sin embargo las diferencias entre municipios y zonas geográficas son muy significativas. Del análisis de los datos desagregados podemos concluir que de manera general en aquellas localidades y zonas que cuentan con oficina de información al consumidor el porcentaje de conocimiento de esta oficina es superior al resto. Evidentemente la presencia de este instrumento de defensa del consumidor hace que sea más conocido.

Gráficos generales

Otro dato importante que se desprende del análisis de resultados en cuanto a las diferencias por edades. Las franjas de edad más avanzadas son las que menos conocen a las oficinas de información al consumidor, por lo que se muestra necesarios redoblar esfuerzos informativos en estas edades.

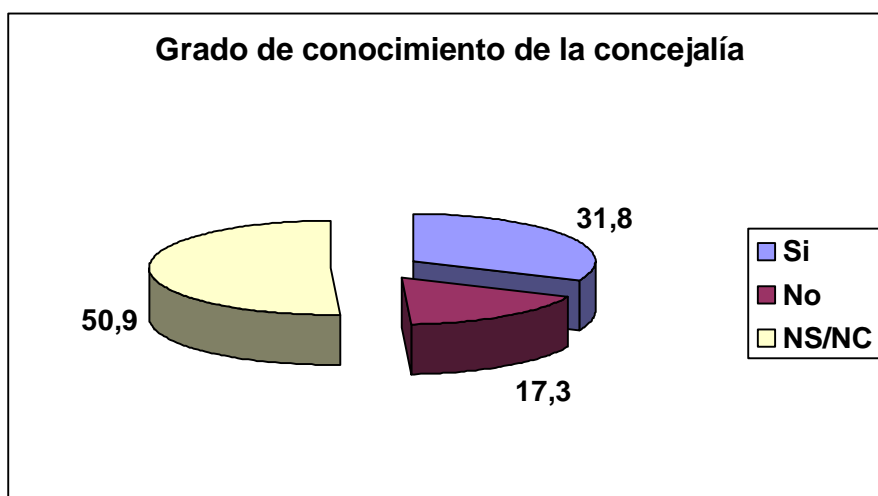


Otro dato reseñable es el grado de satisfacción con el servicio prestado por las OMIC/ORIC.

2. Estructuras Municipales.

El dato sobre el nivel de conocimiento tanto de la concejalía que se ocupa de consumo, como del concejal/a correspondiente es, desgraciadamente, mínimo. Estos datos se repiten en los mismos niveles, en casi la totalidad de las localidades.

Gráficos generales



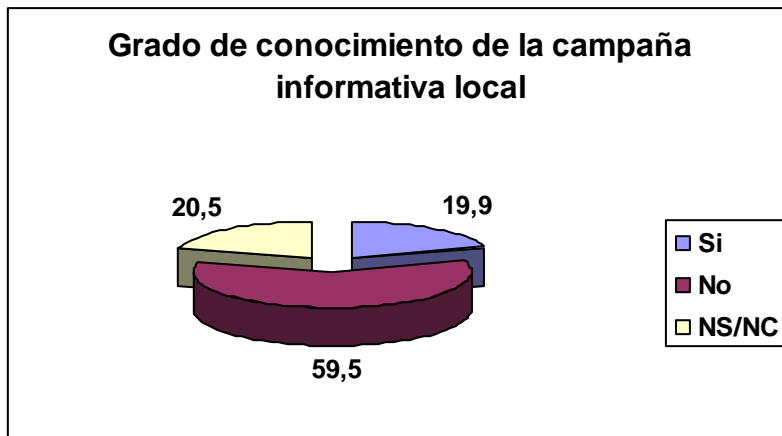
Preguntados por si conocían a la persona responsable de la Concejalía ¹ de su localidad sólo el 6% lo conoce. En esta ocasión no encontramos con una situación similar la anterior: la inmensa mayoría no conoce al gestor político de la Concejalía.

Llegar a una conclusión clara es difícil. Evidentemente no sabemos el grado de conocimiento de otras concejalías pero si podemos decir que la de consumo no es la más popular. En cuanto a los datos desagregados por municipios, de manera general en las localidades más pobladas, el grado de conocimiento de la concejalía de consumo es mayor.

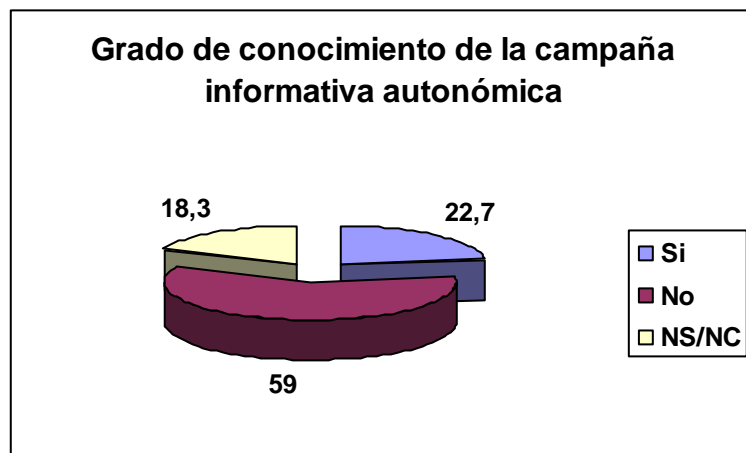
¹ En la mayoría de las localidades la concejalía ocupada del consumo suele tener atribuidas otras responsabilidades, normalmente Sanidad. Pro eso el/la encuestador/a no ha centrado la pregunta sobre la existencia de esta concejalía sino de una concejalía que se ocupara del consumo.

3. Campañas de información.

Las campañas informativas de consumo realizadas por Ayuntamientos y Comunidad son conocidas, o al menos identificadas como tal, por aproximadamente el 20% de la población mayor de 18 años, casi un millón de personas. En la mayor parte de los municipios más densamente poblados, estos porcentajes aumentan.



Gráficos generales

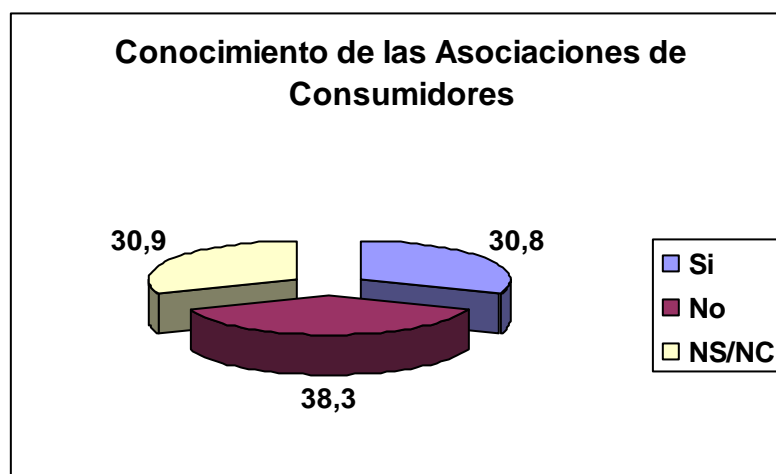


De manera general son un poco más conocidas las campañas emprendidas por la Comunidad de Madrid, sobre todo por los pequeños municipios, dónde las campañas emprendidas por los ayuntamientos son muy escasas.

Sin embargo el porcentaje de población que considera una campaña informativa eficaz como método de información y formación es superior al que las conoce. Casi un tercio de la población considera eficaz el uso de este método de información, más de un millón seiscientos mil personas.

4. Asociaciones de Consumidores.

En la actualidad existen en la Comunidad de Madrid, un importante número de Asociaciones de Consumidores, tanto a nivel local como regional. Ya hemos visto como más de un 30% de la población conoce una asociación de consumidores. Estos datos de nuevo varían según las localidades y zonas. Aquellas localidades que no cuentan con asociación de consumidores, tienen, al igual que sucede con las OMIC/ORIC un conocimiento inferior de esta herramienta de defensa del consumidor/a.



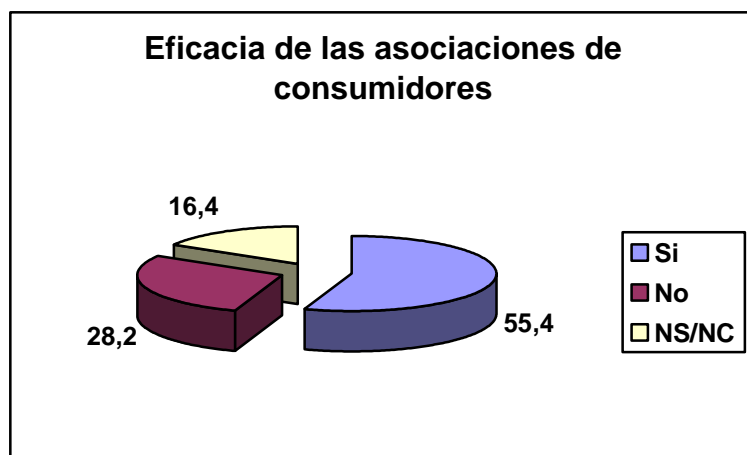
Gráficos generales

Las diferencias según localices también nos muestran como los grandes municipios elevan ese porcentaje, quizás como hemos visto, por que estas localidades hay presencia física de una o más de una Asociación de Consumidores. En todo caso en la región de Madrid más de un millón y medio de personas conocen a las Asociaciones de Consumidores.

El 12% de la población madrileña mayor de 18 años ha acudido a una Asociación de Consumidores para resolver su problema. Parece un porcentaje pequeño pero representa a 600.000 madrileños y madrileñas que han acudido a una asociación de consumidores para resolver sus problemas.² Comprobamos al igual que en el caso de las OMIC/ORIC, que los mayores de 65 son los que menos acuden a las asociaciones para resolver su problema. Igualmente destacar que de nuevo los grandes municipios son los que tiene porcentajes más elevados.

² Para el cálculo tomamos como referencias los últimos 6 meses. No se ha tenido en cuenta las respuestas de los afectados de Forum y Afinsa y se han excluidos a los madrileños y madrileñas que sólo han solicitado información de cómo resolver sus problemas. Así pues hablamos de madrileños y madrileñas que han reclamado una solución a su problema, exceptuando a los afectados de Forum y Afinsa, a través de una asociación de consumidores.

En cuanto a la eficacia de las Asociaciones para la resolución de conflictos, el grado de satisfacción es más que importante: el 55,4% han visto su problema ya solucionado favorablemente. Estos datos no varían significativamente con los resultados zonales o locales.

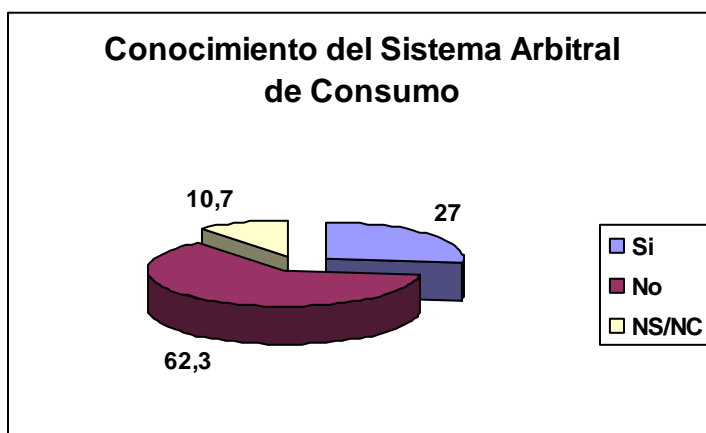


Gráficos generales

5. Sistema Arbitral de Consumo.

El Sistema Arbitral de Consumo, que se inicia en el año 1986 en el municipio de Madrid extendiéndose posteriormente a la Comunidad de Madrid y a otros municipios, es un proceso de resolución extrajudicial que lleva en funcionamiento más de dos décadas. En ese periodo el sistema se ha ido extendiendo y es en la actualidad una de las mayores apuestas en materia de Política de Consumo.

La encuesta realizada por CECUMadrid muestra que el 27% de la población madrileña conoce este sistema y que casi el 4,5% ha acudido a él para resolver su problema.

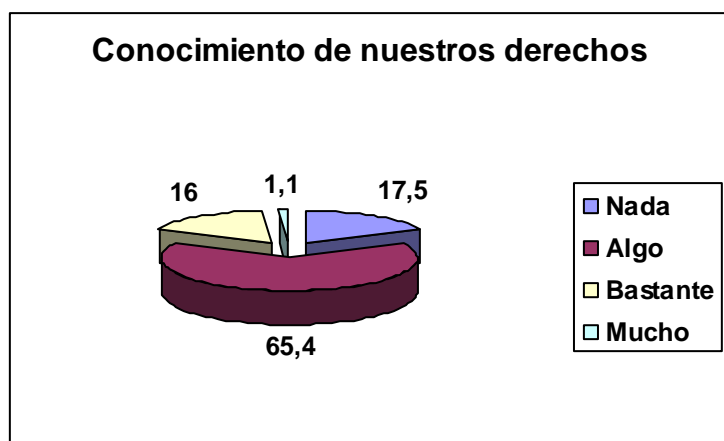


Gráficos generales

Las localidades y zonas que cuentan con junta o colegio arbitral propio – ciudad de Madrid, Getafe, Alcobendas, Alcalá de Henares, Collado Villalba, Móstoles, Galapagar, San Fernando de Henares, Majadahonda, Rivas-Vaciamadrid y la mancomunidad del Henares-Jarama- conocen mejor este servicio, como ocurre en el caso de las OMIC/ORIC y las asociaciones de consumidores.

6. Conocimiento de nuestros derechos.

En esta ocasión los datos nos permiten extraer unas conclusiones que van más allá del grado que manifiestan los encuestados y encuestadas. Hemos visto que en la región el 17% de la población dice no conocer nada sus derechos frente a otro 17,1% que conoce sus derechos bastante o mucho.



Gráficos generales

Pero los datos por zonas y localidades muestran importantes diferencias que, y quizás es lo más importante, coinciden con los datos sobre conocimiento de las distintas herramientas de información y reclamación del consumidor/a. Localidades que conocen en mayor medida a las OMIC/ORIC, las campañas de información, las Asociaciones y el Sistema Arbitral de Consumo, son aquéllas en las que la población conoce mejor sus derechos.