

Intereses económicos del consumidor

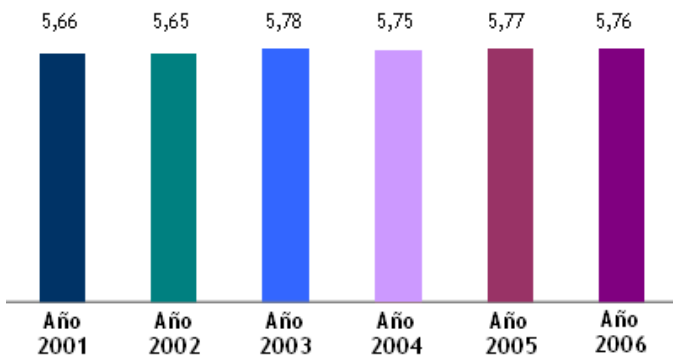
Compensación del gasto en productos y servicios

El consumidor español sigue sintiéndose **poco compensado (5,76 puntos) por lo que paga por productos y servicios**, y esa sensación se mantiene casi estática desde hace 5 años (el máximo fue de 5,78 en 2003 y el mínimo 5,66 en 2001). Quienes se sienten más compensados (6,07) son los más jóvenes (de 14 a 20 años) y las personas de estatus medio (5,85) y quienes menos (5,67), los mayores de 50 años y las personas de estatus bajo (5,68). Por tipos de hogar, la sensación de menor compensación, y de forma destacada (sólo 5,39), se da en las familias monoparentales con hijos, y la mayor en la de "adultos independientes" (5,97) y "parejas jóvenes sin hijos" (5,91), si bien las "parejas con hijos menores", con 5,89 puntos, también dan un registro superior al medio. Destacan zona Mediterránea (6,02), Centro-Sur (5,93) y Galicia (5,91) y, en negativo, Islas Canarias (5,32) y Barcelona ciudad (5,50). El tamaño de la localidad apenas influye.

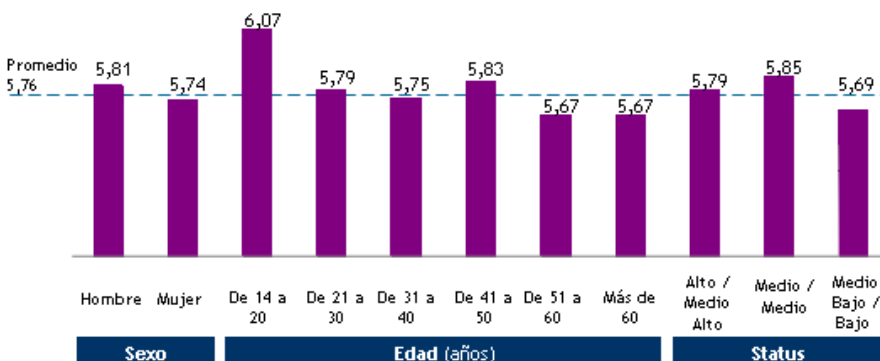


Particularizando, vivienda (4,9) y seguros (5,3) generan la menor sensación de compensación, mientras que servicios médicos (6,4) y alimentos y bebidas (6,2) crean la mayor. Comunicaciones y servicios de hostelería ocupan posiciones intermedias (5,9). Respecto de los datos del año pasado, sólo es reseñable la evolución, a peor (de 5,2 a 4,9) de la vivienda y el hecho, relevante, de que no hay un solo ítem que haya mejorado siquiera una décima de punto. No parece excesivo, por tanto, concluir que los consumidores españoles piensan que viven en un país caro que no deja de serlo con el paso de los años. Y si se apunta el foco a la situación de 2001, las mayores variaciones afectan al aumento en la sensación de compensación económica que producen alimentos y bebidas (de 5,7 a los actuales 6,2) y de los servicios médicos (de 6 a 6,4). La edad influye en esta sensación de compensación económica: los mayores de 60 años son quienes más caros perciben los alimentos y la hostelería y quienes más compensados se sienten por lo que pagan por los servicios médicos. Los más jóvenes, sin embargo, critican menos el precio de los servicios de comunicaciones (6,4) y de la hostelería (6,3). La inconformidad con el precio de la vivienda se manifiesta particularmente en la franja de 21 a 30 años (4,2) y con los seguros en la de 31 a 40 años (5 puntos). También la zona geográfica interviene: el precio de la vivienda es considerado abusivo especialmente en Barcelona urbe (4,4), los servicios médicos generan mucha sensación de compensación económica en Navarra (7) y País Vasco (6,8), los servicios de comunicaciones en Navarra (6,5) y el precio de los seguros es tenido por más caro que la media del país en Madrid ciudad (5,1) y en Canarias (4,9).

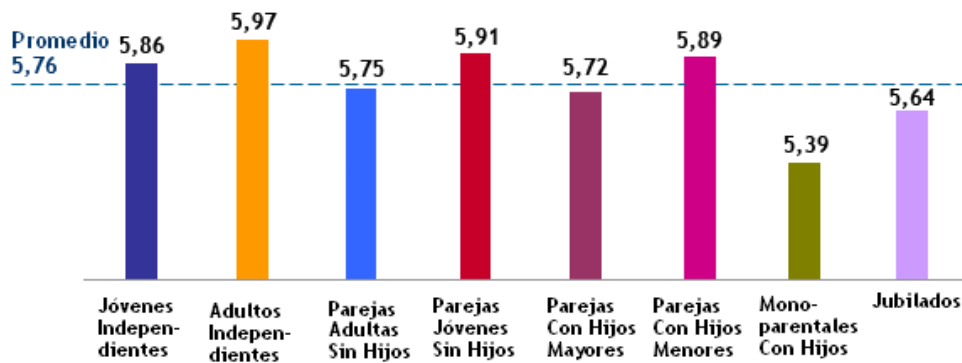
Grado de compensación del gasto



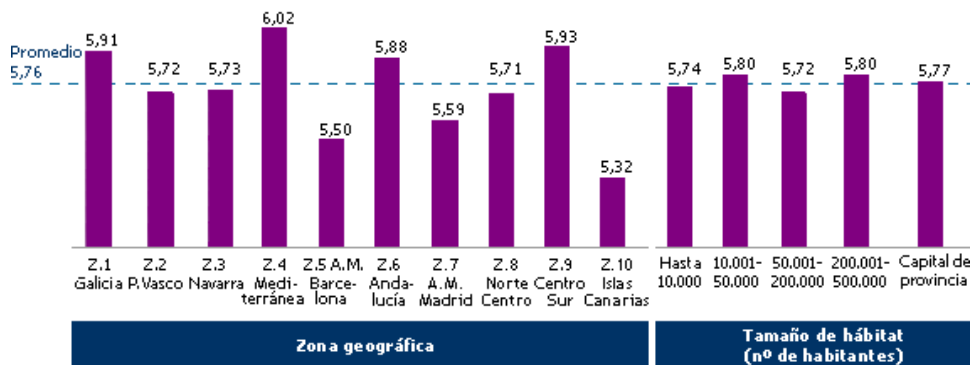
Grado de compensación del gasto según sexo, edad y estatus



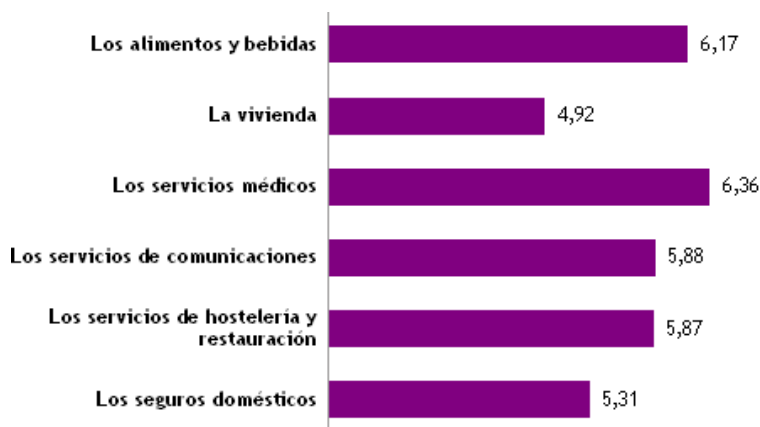
Grado de compensación del gasto según clasificación del hogar



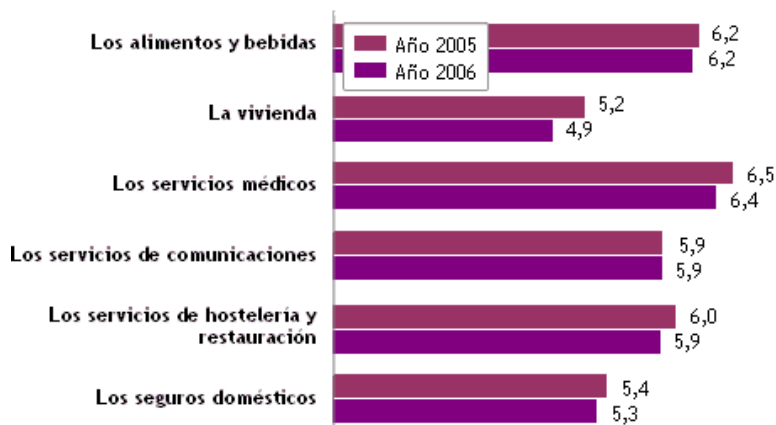
Grado de compensación del gasto según zona y tamaño de hábitat



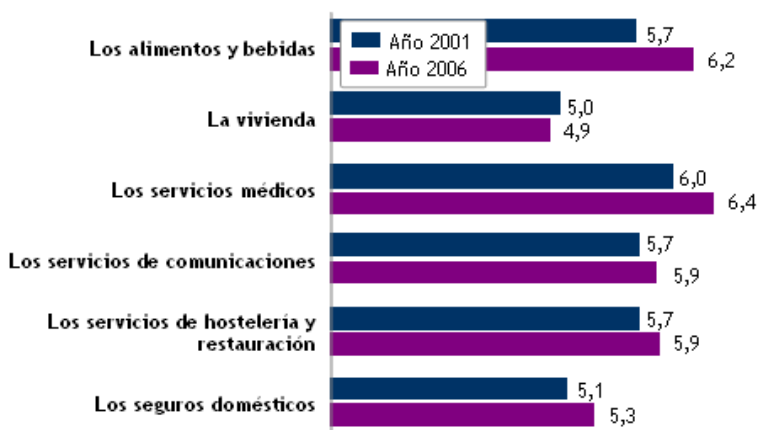
Grado de compensación del gasto de diversos productos y servicios



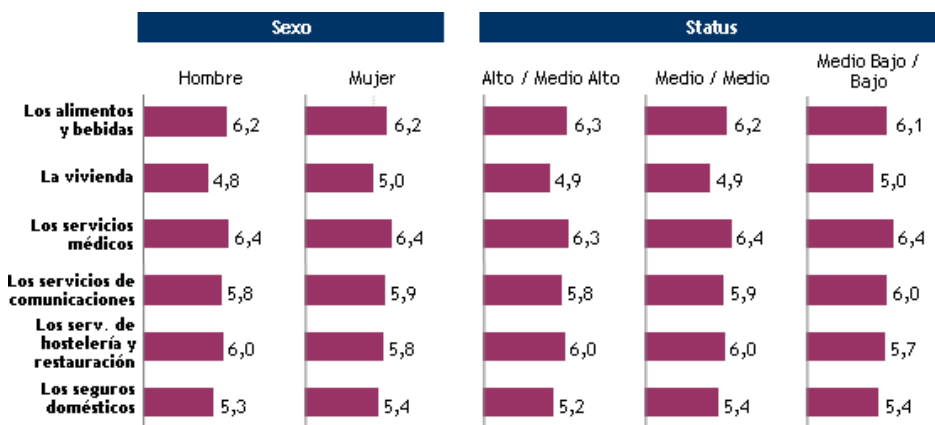
Evolución 2005-2006 del grado de compensación del gasto de diversos productos y servicios



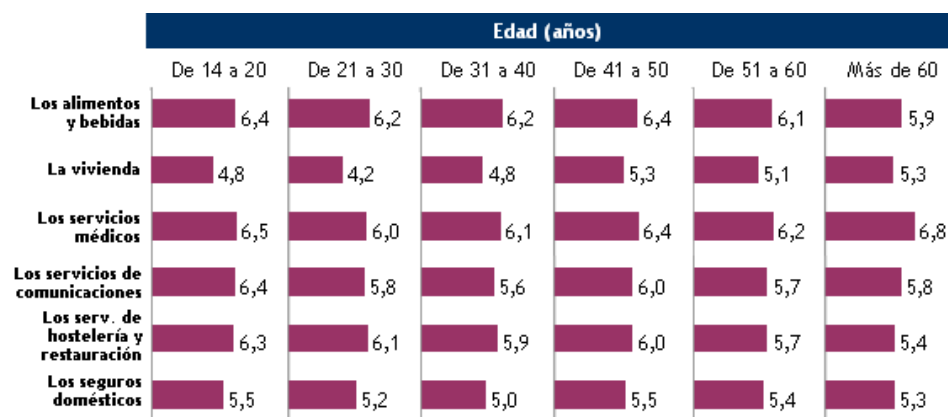
Evolución 2001-2006 del grado de compensación del gasto de diversos productos y servicios



Grado de compensación del gasto de diversos productos y servicios según sexo y estatus



Grado de compensación del gasto de diversos productos y servicios según edad



Grado de compensación del gasto de diversos productos y servicios según zona

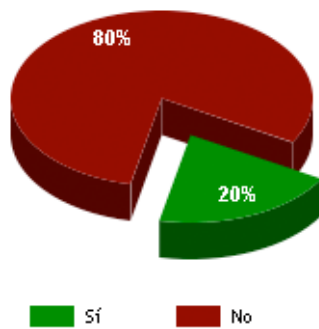
Zona geográfica

	Z.1 Galicia	Z.2 P. Vasco	Z.3 Navarra	Z.4 Mediterrá- nea	Z.5 A. M. Barcelona	Z.6 Andalucía	Z.7 A. M. Madrid	Z.8 Norte Centro	Z.9 Centro Sur	Z.10 Islas Canarias
Los alimentos y bebidas	6,0	6,0	6,3	6,4	6,0	6,3	6,1	6,1	6,2	6,1
La vivienda	5,0	4,8	4,8	5,2	4,4	4,8	4,7	4,9	5,2	5,0
Los servicios médicos	6,1	6,8	7,0	6,3	6,0	6,3	6,3	6,5	6,7	6,1
Los servicios de comunicaciones	5,6	5,8	6,5	6,1	5,6	5,9	5,8	5,9	6,2	6,1
Los serv. de hostelería y restauración	5,8	5,9	6,0	6,0	5,9	5,9	5,7	5,8	5,8	5,8
Los seguros domésticos	5,4	5,6	5,6	5,5	5,2	5,2	5,1	5,3	5,3	4,9

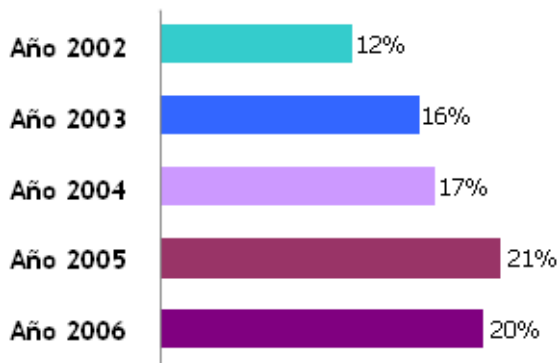
Consumidores que han cursado una reclamación

Tras unos años de crecimiento sostenido (12% en 2002 y del 16%, 17% y 21% en los años siguientes), ha dejado de aumentar (fue del 20% este 2007) la proporción de **consumidores que ha cursado una reclamación formal** en los últimos doce meses. Los hombres (22%) dicen reclamar un poco más que las mujeres (19%) y por edades, la que más reclama es la de la franja entre 31 y 50 años (27%) y la que menos los mayores de 60 años (11%). Reclaman casi el doble las personas de estatus alto (27%) que las del bajo (14%). Por tipo de hogar, los que más reclaman son "parejas jóvenes sin hijos" (27%) y "parejas con hijos menores" (26%), y los que menos, los jubilados (11%). La zona geográfica influye notablemente en la costumbre de reclamar: donde más extendido está el hábito es en Andalucía (27% de los encuestados lo hicieron en el último año), en la ciudad de Madrid (26%) y en Navarra (25%). Donde menos se reclama: zonas Centro-Sur (15%), Mediterránea (16%) y Galicia (17%). También el tamaño de la localidad interviene: se reclama bastante menos en las de menos de 50.000 habitantes (el 17%, cuando en las capitales de provincia reclamó el 24% de los consumidores).

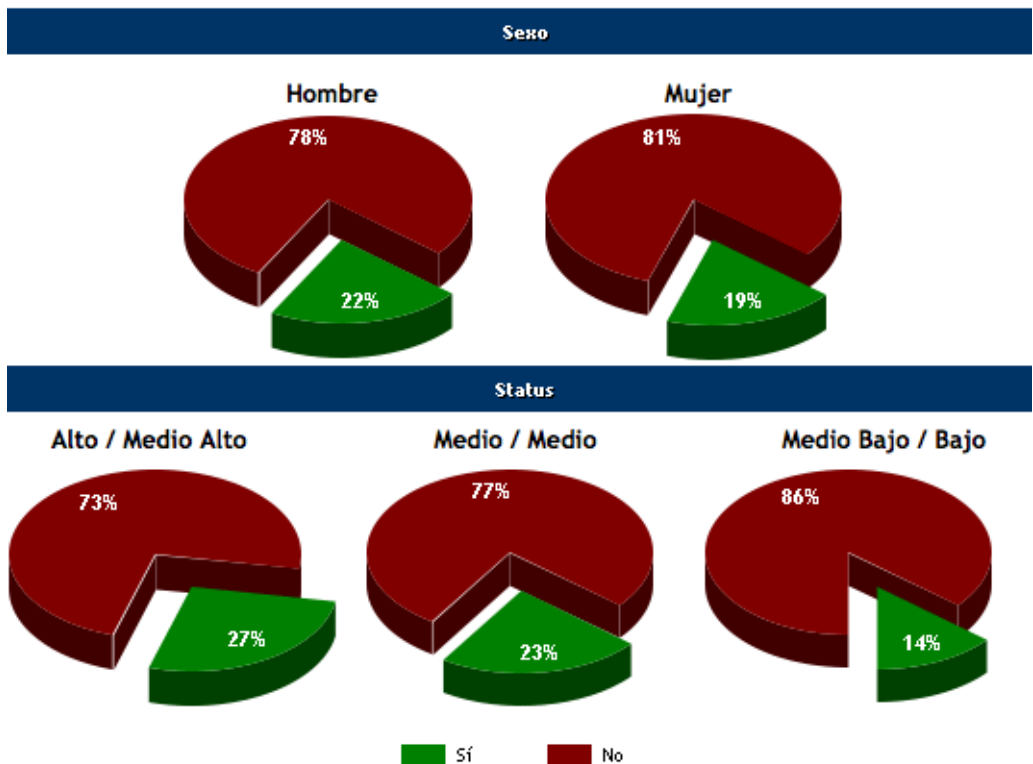
Reclamaciones en los últimos doce meses



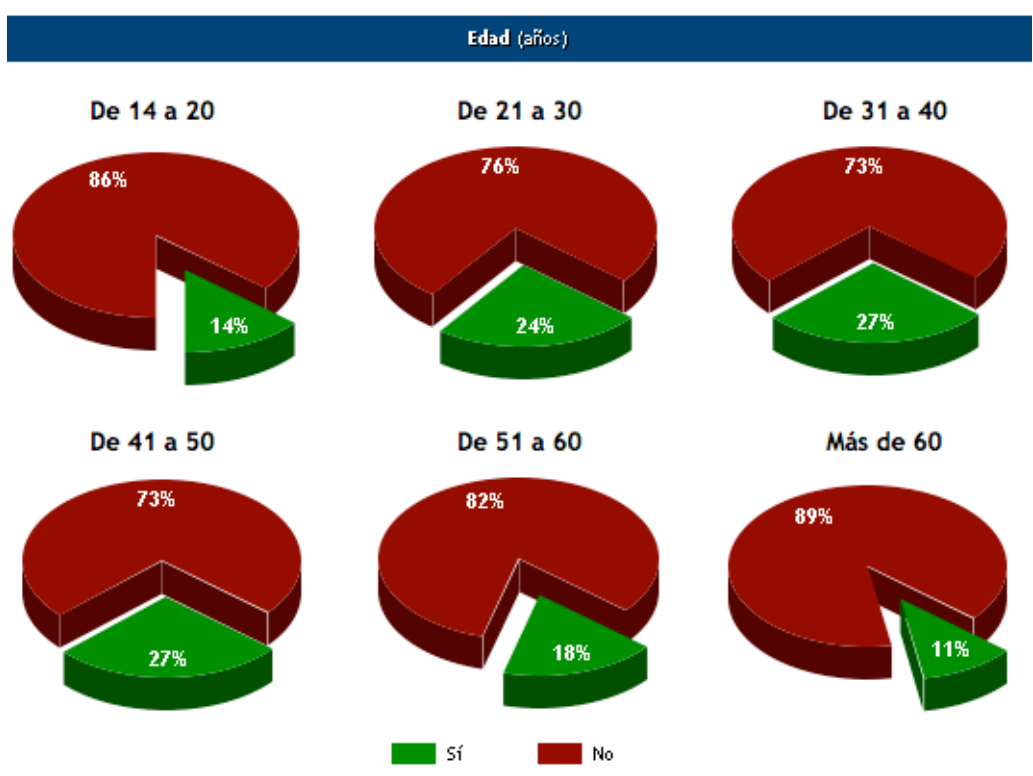
Evolución de las reclamaciones



Proporción de consumidores que han realizado reclamaciones según sexo y estatus



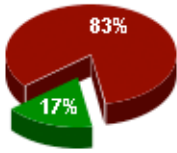
Proporción de consumidores que han realizado reclamaciones según edad



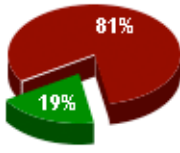
Proporción de consumidores que han realizado reclamaciones según zona

Zona geográfica

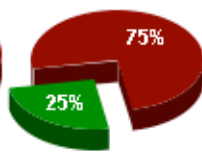
Z.1 Galicia



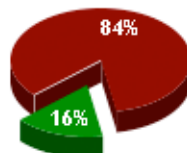
Z.2 P. Vasco



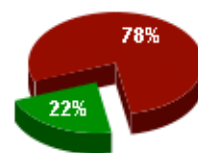
Z.3 Navarra



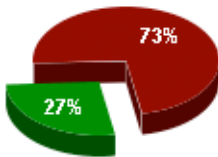
Z.4 Mediterránea



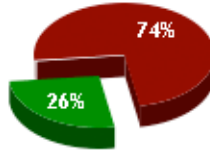
Z.5 A. M. Barcelona



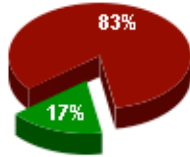
Z.6 Andalucía



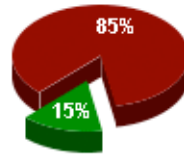
Z.7 A. M. Madrid



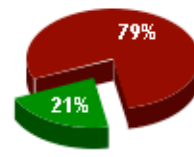
Z.8 Norte Centro



Z.9 Centro Sur



Z.10 Islas Canarias

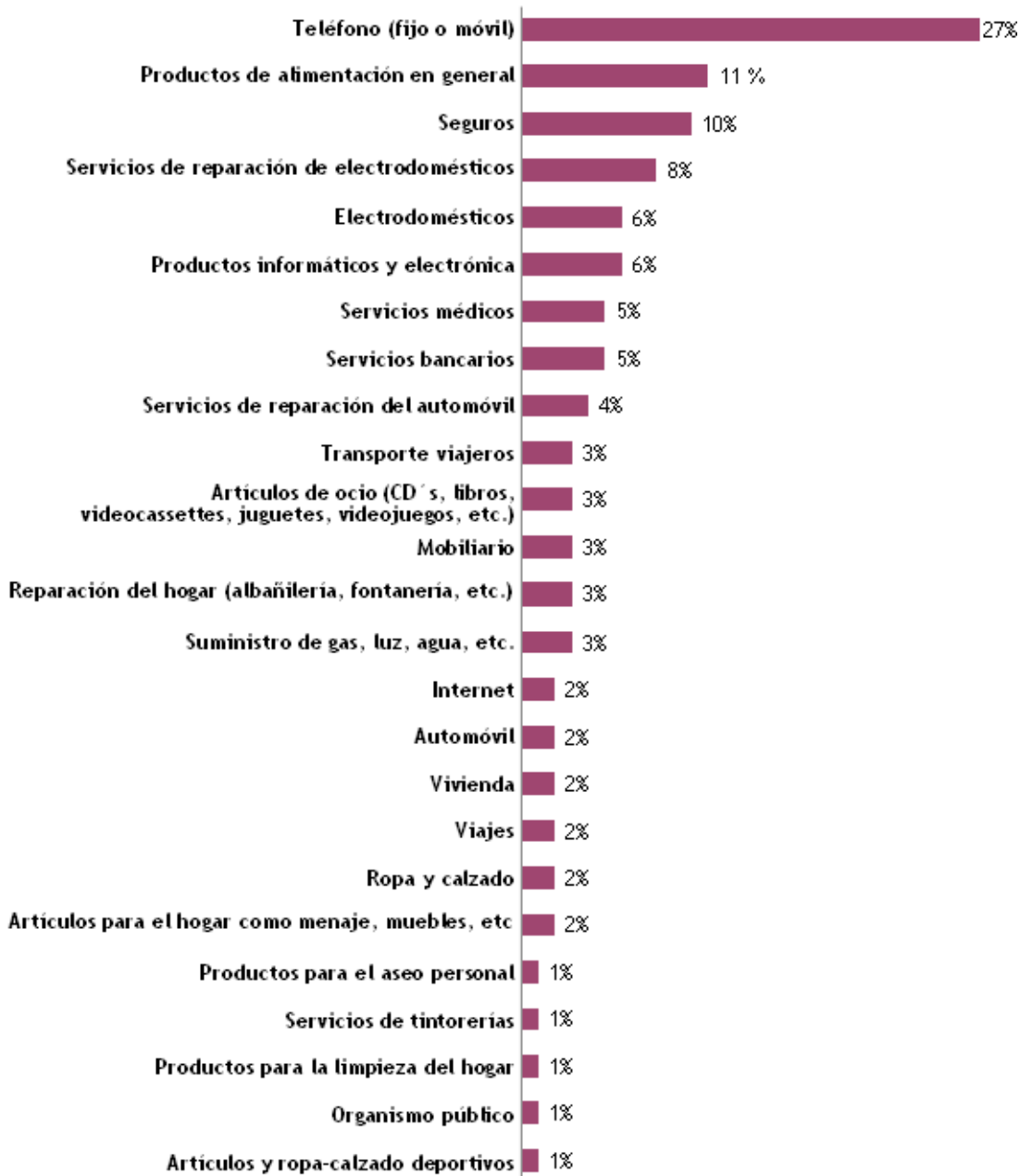


■ Sí ■ No

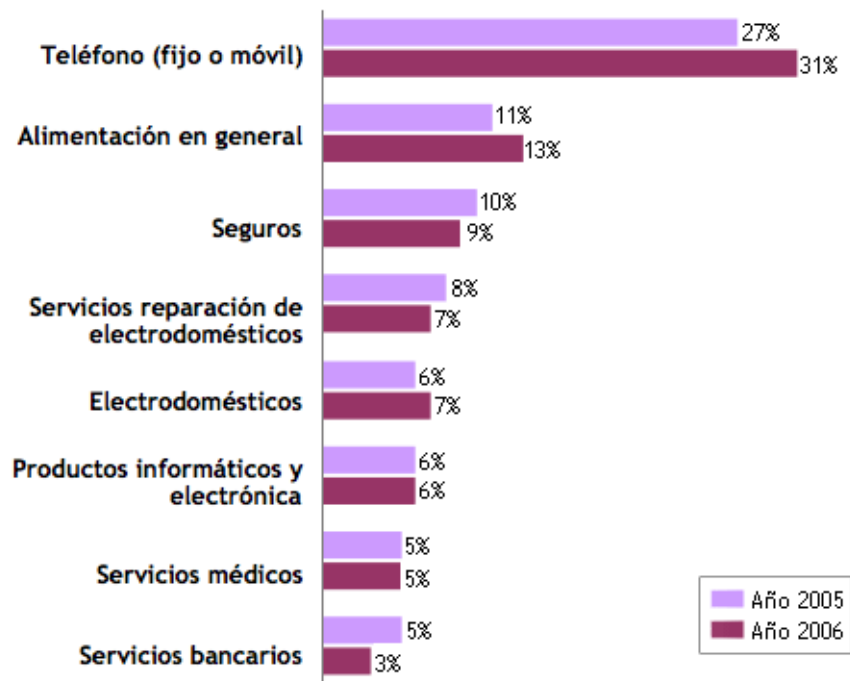
Sectores, productos y servicios que han recibido más reclamaciones

En cuanto a los **sectores, productos y servicios que más reclamaciones recibieron**, no hay cambios respecto a los años anteriores: sigue liderando claramente el ranking la telefonía (27% de quienes reclamaron), y ya más atrás alimentos (11%) y seguros (10%), seguidos a cierta distancia por reparación de electrodomésticos (6%), informática y electrónica (6%), servicios médicos (5%), servicios bancarios (5%) y reparación del automóvil (4%). Por su parte, transporte viajeros (3%), artículos de ocio (3%), mobiliario (3%), reparaciones del hogar(3%) y suministro de gas, agua, luz, etc, comparten ese 3%. Internet sólo mereció el 2% de las reclamaciones, al igual que viajes, vivienda, automóvil y ropa y calzado. Comparando con el año anterior, baja un poco (del 31% al 27%) la proporción de consumidores que ha reclamado a la telefonía, sube también ligeramente la de quienes reclamaron por asuntos relacionados con la alimentación (del 11% al 13%) y descienden del 5% al 3% quienes han reclamado a servicios bancarios. Los hombres reclaman más en telefonía, informática-electrónica, y las mujeres en alimentación. Curiosamente, el estatus económico del consumidor no influye en los sectores a los que cursa reclamaciones.

Productos por los que se han realizado reclamaciones



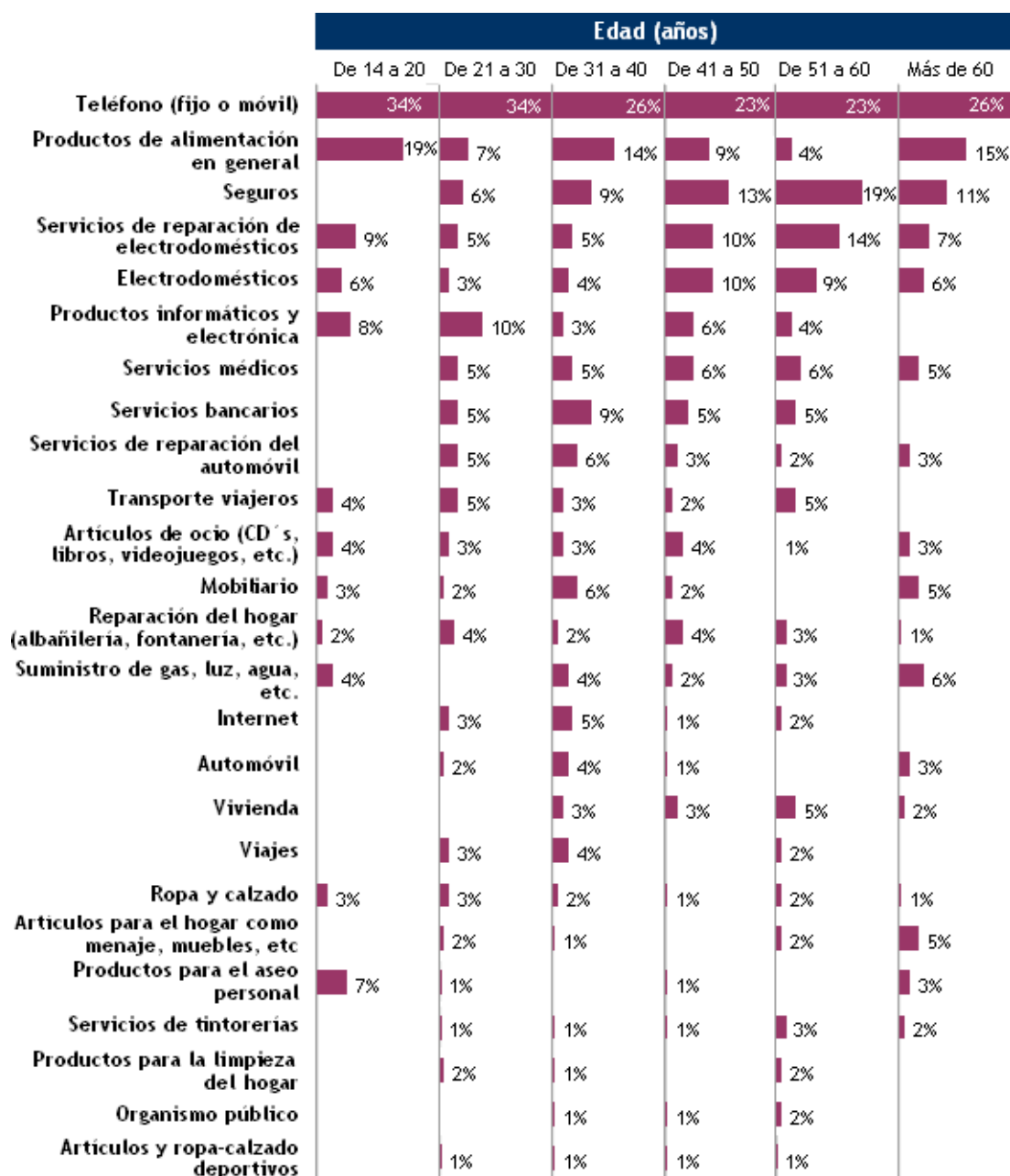
**Productos de los que se han realizado reclamaciones.
Años 2005 - 2006**



Productos de los que se han realizado reclamaciones según sexo y estatus

	Sexo		Status		
	Hombre	Mujer	Alto / Medio Alto	Medio / Medio	Medio Bajo / Bajo
Teléfono (fijo o móvil)	29%	25%	26%	33%	23%
Productos de alimentación en general	8%	13%	11%	11%	12%
Seguros	10%	10%	10%	9%	9%
Servicios de reparación de electrodomésticos	8%	8%	10%	6%	7%
Electrodomésticos	8%	5%	6%	6%	6%
Productos informáticos y electrónica	8%	3%	6%	7%	4%
Servicios médicos	4%	6%	5%	4%	6%
Servicios bancarios	7%	3%	6%	3%	3%
Servicios de reparación del automóvil	5%	2%	4%	4%	2%
Transporte viajeros	3%	4%	5%	2%	2%
Artículos de ocio (CD's, libros, videojuegos, etc.)	3%	3%	3%	4%	2%
Mobiliario	2%	4%	3%	2%	5%
Reparación del hogar (albañilería, fontanería, etc.)	2%	4%	4%	4%	1%
Suministro de gas, luz, agua, etc.	3%	3%	2%	2%	4%
Internet	3%	2%	3%	1%	3%
Automóvil	3%	1%	3%	1%	2%
Vivienda	3%	1%	2%	3%	2%
Viajes	2%	1%	2%	3%	1%
Ropa y calzado	1%	3%	2%	2%	1%
Artículos para el hogar como menaje, muebles, etc	1%	2%	1%	2%	3%
Productos para el aseo personal	1%	2%	1%		5%
Servicios de tintorerías	1%	1%	1%	1%	1%
Productos para la limpieza del hogar		2%	1%		2%
Organismo público	1%	1%	1%	1%	
Artículos y ropa-calzado deportivos		1%		1%	2%

Productos de los que se han realizado reclamaciones según edad



Productos de los que se han realizado reclamaciones según zona geográfica

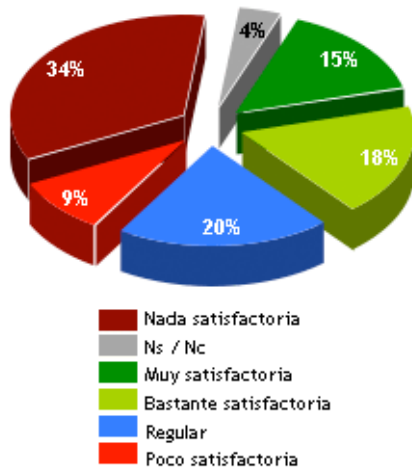
Zona geográfica

	Z.1 Galicia	Z.2 P. Vasco	Z.3 Navarra	Z.4 Mediterrá- nea	Z.5 A. M. Barcelona	Z.6 Andalucía	Z.7 A. M. Madrid	Z.8 Norte Centro	Z.9 Centro Sur	Z.10 Islas Canarias
Teléfono (fijo o móvil)	20%	24%	27%	26%	24%	29%	32%	27%	17%	47%
Productos de alimentación en general	15%	10%	8%	7%	11%	12%	12%	16%	4%	10%
Seguros	6%	16%	5%	14%	12%	5%	13%	13%	4%	7%
Servicios de reparación de electrodomésticos	7%	9%	11%	9%	14%	9%	4%	5%	7%	6%
Electrodomésticos	3%	13%	11%	5%	4%	5%	3%	13%	14%	3%
Productos informáticos y electrónica	8%		4%	2%	10%	10%	2%	4%	4%	7%
Servicios médicos	5%	4%	4%	4%	3%	4%	7%	6%	6%	7%
Servicios bancarios	7%	6%	7%	7%	1%	2%	7%	4%	11%	3%
Servicios de reparación del automóvil	6%		5%	6%	3%	4%	3%	3%	1%	3%
Transporte viajeros	3%		2%	3%	11%	2%		4%		15%
Artículos de ocio (CD's, libros, videojuegos, etc.)	1%	9%	6%	5%		2%	6%		3%	
Mobiliario				3%	1%	4%	3%	1%	10%	5%
Reparación del hogar (albañilería, fontanería, etc.)		3%		4%	1%	2%	3%	3%	11%	3%
Suministro de gas, luz, agua, etc.	4%	1%	6%	6%	4%		2%	1%	10%	
Internet		4%		4%	2%		4%	2%	5%	1%
Automóvil	2%			2%	3%	3%	1%	2%	3%	4%
Vivienda	2%	6%	2%	3%		2%	2%	1%		3%
Viajes			3%	2%		4%	3%			
Ropa y calzado			4%		2%	1%	5%	4%		
Artículos para el hogar como menaje, muebles, etc				1%		4%	1%	1%	1%	
Productos para el aseo personal				2%		3%	2%			6%
Servicios de tintorerías	7%	3%	1%			2%		1%		
Productos para la limpieza del hogar	4%			4%						
Organismo público					2%	1%	1%	1%		1%
Artículos y ropa-calzado deportivos				1%		1%			2%	3%

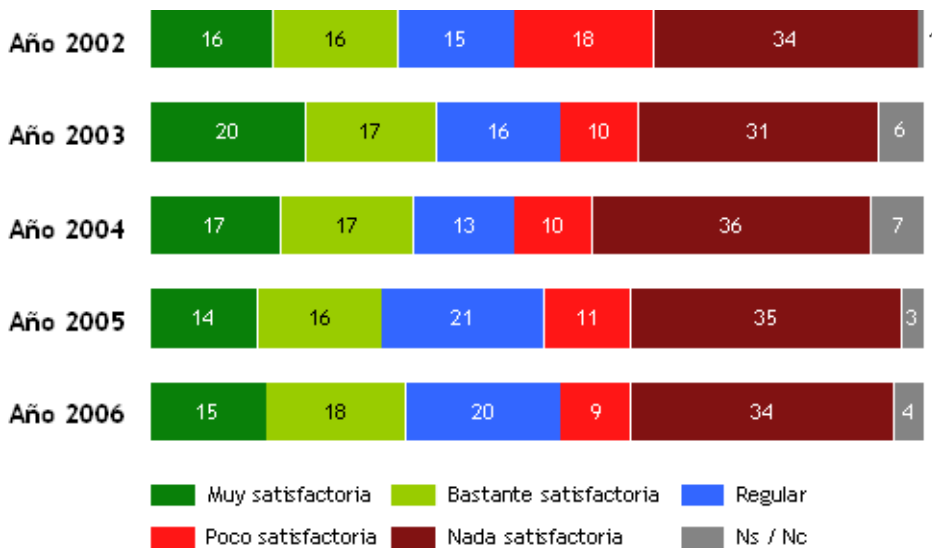
Satisfacción ante la solución de las reclamaciones

Las respuestas que reciben los consumidores que cursan reclamaciones siguen generando más insatisfacción que satisfacción, lo que en parte explica que no aumente el hábito de reclamar. Aunque en el último año los reclamantes satisfechos con la respuesta que recibieron han aumentado un poco, pasando del 30% al 33%, siguen siendo más los insatisfechos (43%), a los que hay que sumar una significativa proporción de reclamantes (el 15%) que prefieren situarse en tierra de nadie, contestando que "regular". De todos modos, hay realidades bien distintas al respecto: en la zona Centro-Sur del país, en Navarra y en Barcelona ciudad son más los reclamantes satisfechos (por encima del 40% en las tres zonas) con la respuesta recibida que los insatisfechos.

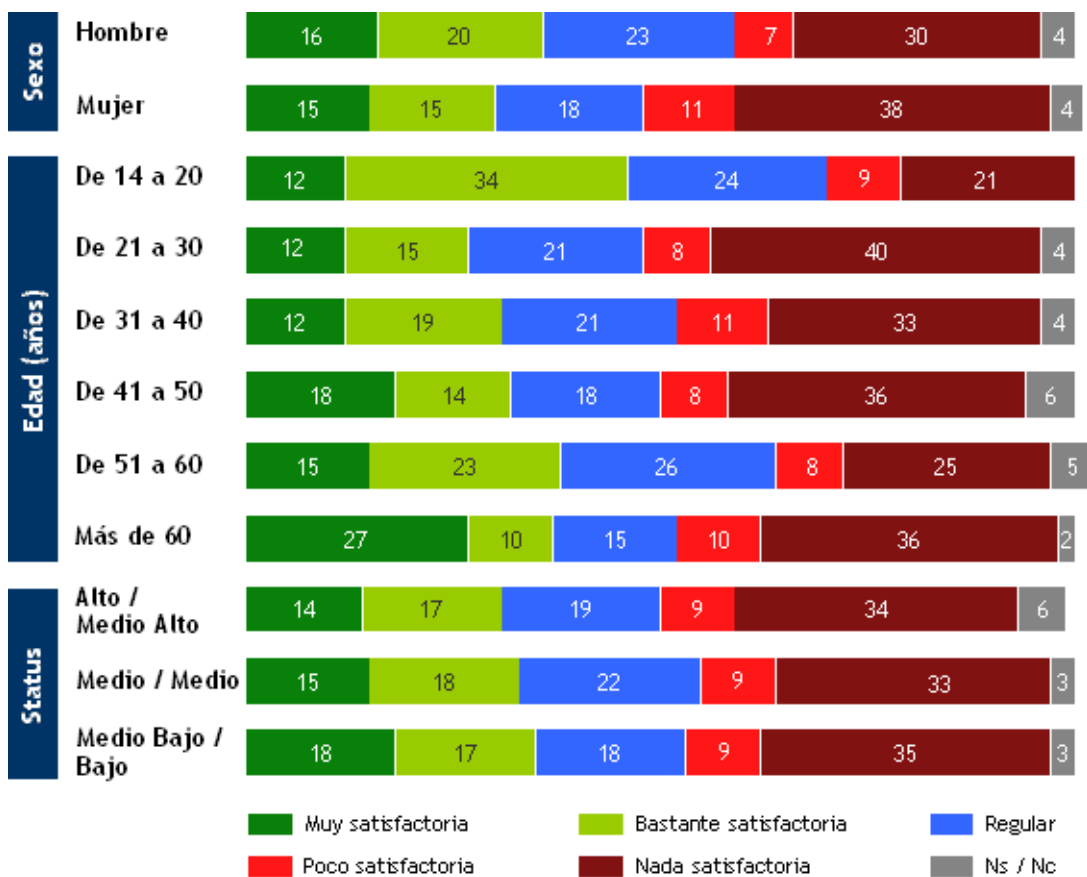
Solución de reclamaciones



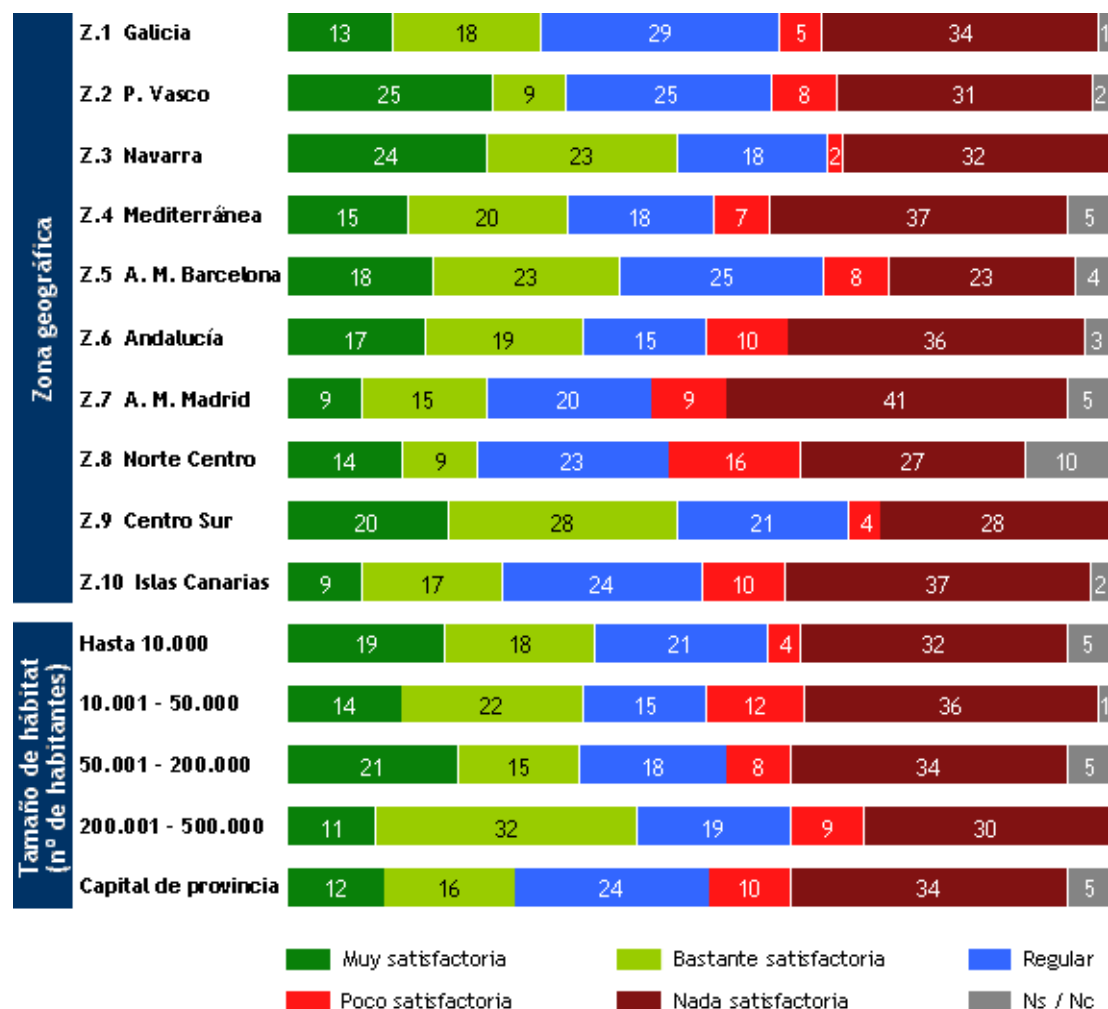
Evolución 2002-2006



La solución de reclamaciones según sexo, edad y estatus



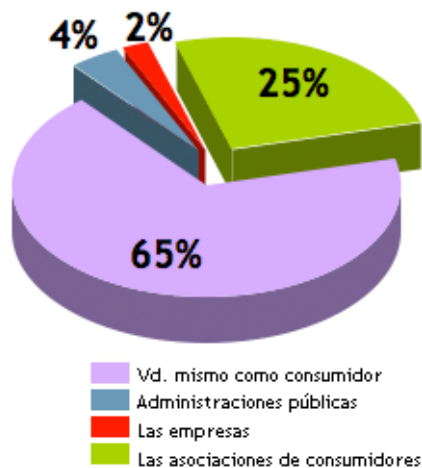
La solución de reclamaciones según zona y tamaño de hábitat



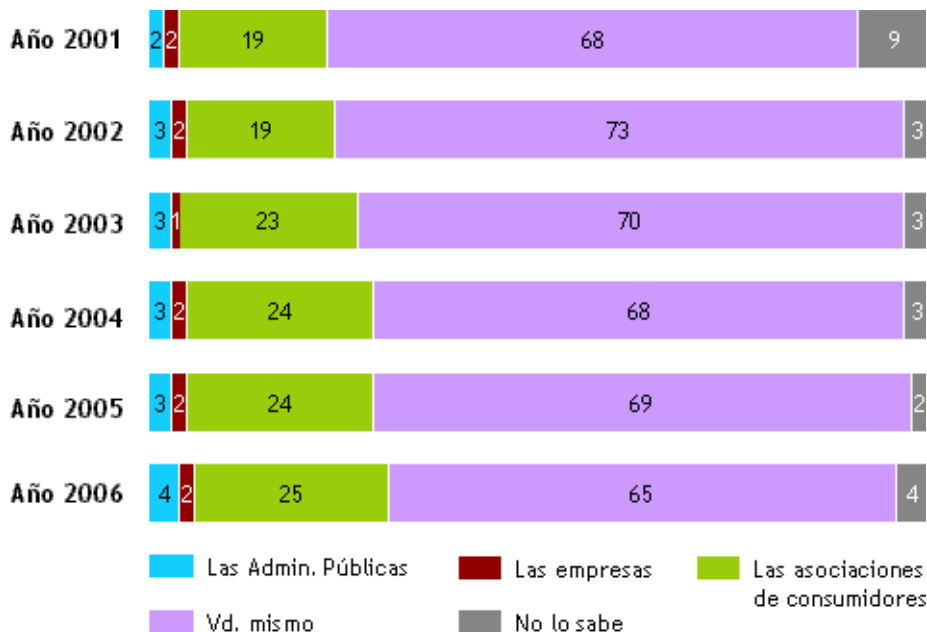
Quién defiende mejor los derechos de los consumidores

¿Quién defiende mejor los intereses de los ciudadanos en tanto que consumidores? Preguntados al respecto, la mayoría de los españoles (el 65%) siguen pensando que son ellos mismos quienes mejor defienden sus intereses como consumidor, si bien sigue creciendo (aunque muy lentamente) la posición de las asociaciones de consumidores, que en los últimos seis años han pasado de merecer el 19% de las respuestas al 25% actual. Casi nadie piensa que quien mejor defiende sus intereses como consumidor son las Administraciones Públicas (4%) o las empresas (2%), y ni unas ni otras mejoran su registro con el transcurrir de los años. Las asociaciones de consumidores son más tenidas como mejor defensor del ciudadano en cuanto que consumidor por las mujeres (27%), por los adultos de 31 a 50 años (29%), por y quienes forman parte de los estatus elevados (29%). Por zonas geográficas, las asociaciones de consumidores tienen mucho más predicamento en Navarra (40% de los encuestados las citan como quien mejor defiende a los consumidores) que en el resto de zonas; donde menos, en Islas Canarias (19%), Andalucía (20%) y Barcelona ciudad (20%). En Madrid ciudad, sin embargo, las asociaciones obtienen el 27%.

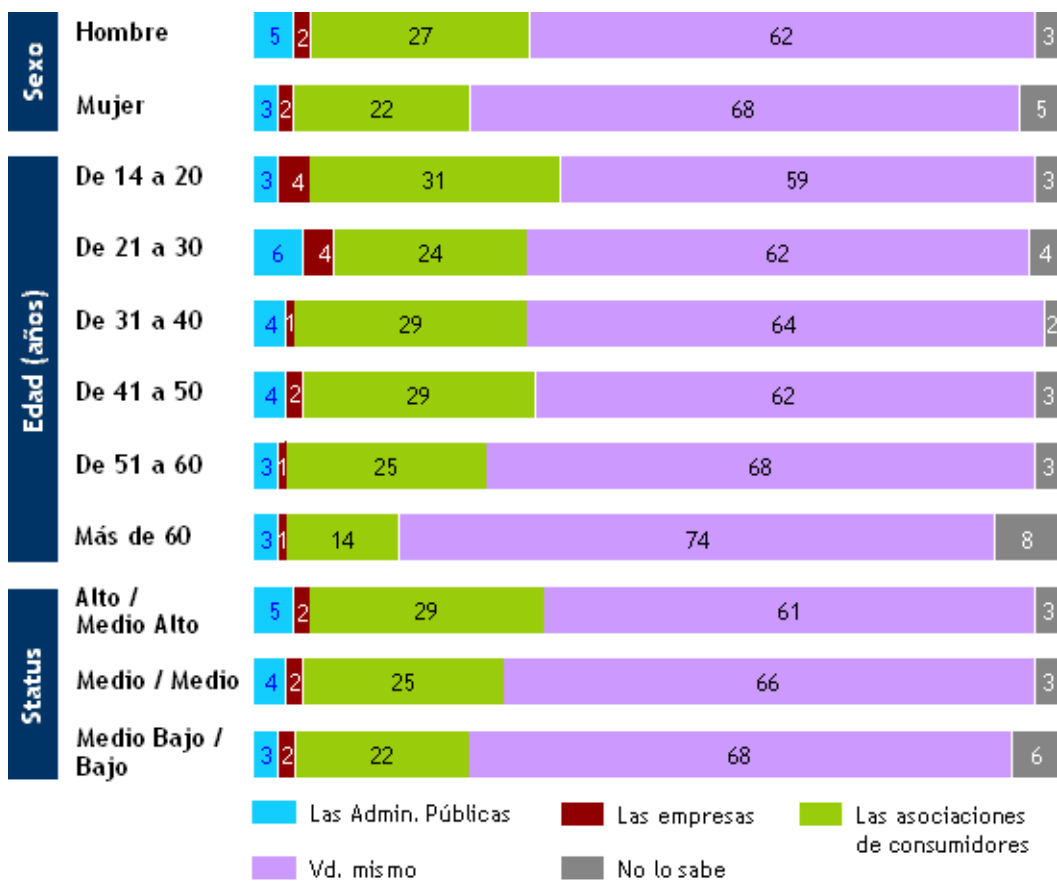
La defensa de los intereses del consumidor



Evolución 2001-2006



La defensa de los intereses del consumidor según sexo, edad y estatus



La defensa de los intereses del consumidor según zona y tamaño de hábitat

