

# 5

## LA DEFENSA DE LOS INTERESES DE LOS CONSUMIDORES

La defensa de los intereses de los consumidores



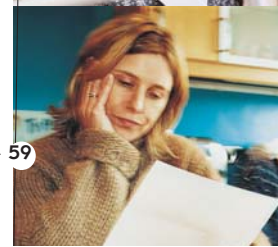
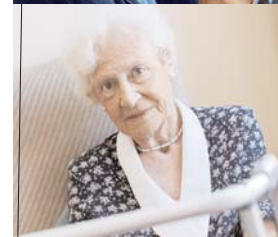
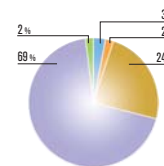
### Lo más importante:

Los españoles siguen, año tras año, pensando mayoritariamente que ellos mismos son quienes mejor defienden sus intereses como consumidores: el 69% de la población mayor de 14 años así lo afirma. Las asociaciones de consumidores son citadas por el 24% de los ciudadanos como la principal entidad defensora de los consumidores, mientras que empresas (2%) y Administraciones Públicas (3%) carecen de relevancia en este rol. La única novedad destacable en el período 2001-2005 es que se estabiliza, tras años de aumentos sucesivos, el crecimiento de las asociaciones en su papel como defensoras de los consumidores. El grupo que más importancia concede a estas asociaciones es el de hombres de 30 a 50 años pertenecientes al estatus medio-alto. Y en la comparación de los datos de este año con los de 2004, lo más significativo es precisamente que no hay un solo cambio reseñable.

### Defensa de los intereses del consumidor

¿Quién piensa Vd. que defiende mejor sus intereses como consumidor?

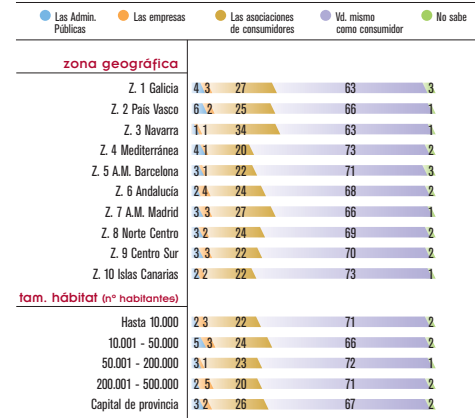
- Las Administraciones Públicas 3 %
- Las empresas 2 %
- Las asociaciones de consumidores 24 %
- Vd. mismo como consumidor 69 %
- No sabe 2 %





En Galicia, el menor número de consumidores que creen ser ellos mismos sus mejores defensores (el 63%, cuando hay zonas en las que este registro es de hasta el 73%) se debe no sólo a un incremento del peso de las asociaciones (27%), sino también al de las Administraciones y empresas (7% entre ambas, cuando la media nacional es del 5%). Los consumidores de País Vasco destacan en que son los que más reconocen (el 6%, el doble que la media) el liderazgo de los poderes públicos en la defensa de los consumidores.

#### La defensa de los intereses del consumidor según zona y tamaño de hábitat (X)



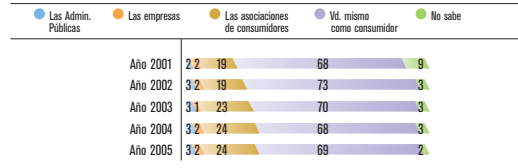
Públicas y Empresas, sin que, sin embargo, lleguen a superar el 5% en ninguno de los dos agentes.

También se observa una clara relación entre el estatus socio-económico y este asunto. El reconocimiento a la labor realizada por las asociaciones de consumidores, por ejemplo, registra los mayores niveles en los estatus más altos de la sociedad (sube hasta el 30%), en detrimento de los que creen que ellos mismos son los que mejor pueden defenderse (baja hasta el 65%). En las clases menos acomodadas, sólo el 20% de los ciudadanos opina que estas asociaciones lideran la defensa de los consumidores y llegan hasta el 72% quienes aseguran que nadie como ellos mismos para defender sus intereses. Podríamos describir, con los datos de que disponemos, el perfil del ciudadano que más importancia concede a las asociaciones de consumidores: hombre, de 30 a 50 años, de posición acomodada y residente en Pamplona. Esto último porque es en esta comunidad autónoma (un 30% de respuestas favorables a ellas) y en las capitales de provincia (26%) donde más se reconoce la labor de las asociaciones de consumidores.

El reparto de menciones elogiosas y reprobaciones referidas al papel jugado por las diversas entidades en la defensa de los consumidores sigue como estaba. Sólo a las asociaciones específicas se les reconoce el cometido de defender los intereses de los consumidores. Puede ser por descreimiento o porque realmente los poderes públicos y las empresas que proveen de productos y servicios a los ciudadanos no desempeñan suficientemente ese papel, por las dos cosas a la vez e incluso por otros motivos, pero lo que es evidente es que poderes públicos y empresas no son percibidos casi por nadie (3% y 2%, respectivamente) como líderes en la defensa de los intereses de los consumidores.

La confianza en uno mismo como mejor defensor de sus intereses se incrementa entre las mujeres, y tiende a aumentar conforme lo hace la edad del ciudadano, alcanzando su valor más alto (76%) en el grupo de más de 60 años. La consecuencia de esta tendencia es que el resto de agentes e instituciones van perdiendo relevancia según se incrementa la edad. Los más jóvenes, por ejemplo, son los que más citan a Administraciones

#### Defensa de los intereses de los consumidores (%). Evolución 2001-2005



#### La defensa de los intereses del consumidor según edad, sexo y estatus (X)

