# PERCEPCIONES Y EXPECTATIVAS CIUDADANAS EN CONSUMO EN CASTILLA-LA MANCHA











# PERCEPCIONES Y EXPECTATIVAS CIUDADANAS EN CONSUMO EN CASTILLA-LA MANCHA

REALIZADO POR LA ASOCIACIÓN DE ESTUDIOS PSICOLÓGICOS Y SOCIALES DE CASTILLA-LA MANCHA EN COLABORACIÓN CON LA FEDERACIÓN DE PROVINCIAS Y MUNICIPIOS DE CASTILLA-LA MANCHA Y LA DIRECCIÓN GENERAL DE CONSUMO DE LA JUNTA DE CASTILLA-LA MANCHA

#### Dirección y Coordinación

D. Javier Garcés Prieto D. Miguel Ángel Ramos Gabilondo

#### Colaboradores

D. José Luis Ávalos Atienza D. Raúl Castro Frías Da Consuela Cortijo Herrán Da. Eva Domingo Gimeno Da. Piedad Escudero Escudero D. Benilde Gómez Gil Da María Dolores Gómez Piqueras Da Raquel Gutiérrez López D. Luis Fernando Herrejón Silvestre Da. Arancha Mallén Calvo D. Antonio Montero Da. Encarna Pérez Cerdán D. Pedro Romero Da. Ma Eugenia Sáez Gallego Da. Isabel Sangrós Latorre Da. Pilar Zudaire Esteban

### ÍNDICE

INTRODUCCIÓN AL ESTUDIO	4
Introducción y objetivo del estudio	
Contenido y estructura del estudio y datos del	
trabajo de campo	9
Datos generales y situación de los informantes	13
Apartado I: LA ADMINISTRACIÓN Y EL	
SERVICIO DE CONSUMO	16
Conocimientos como ciudadanos y consumidores	
Importancia	
Creencias y expectativas	
Creencias y expectativas	34
Apartado II: LAS OFICINAS DE CONSUMO DE	
•	
CASTILLA-LA MANCHA	41
Contacto y satisfacción con las oficinas de	40
consumo	
Creencias respecto a las oficinas de consumo	48
Comparación del servicio de consumo con otros	EO
servicios	52
Amortodo III. EVOLUCIÓN EN TEMAS DE	
Apartado III: EVOLUCIÓN EN TEMAS DE	
CONSUMO	70
Apartado IV: PARTICIPACIÓN CIUDADANA EN	
TEMAS DE CONSUMO	78
Apartado V: RESUMEN	85
ANEXO: DATOS DE RESPUESTAS AL	
CUESTIONARIO Y CUESTIONARIO	92

### INTRODUCCIÓN Y OBJETIVO DEL ESTUDIO

La finalidad del presente Estudio es conocer las expectativas y creencias de los habitantes de Castilla-La Mancha, en su papel como consumidores: cuáles son sus conocimientos como ciudadanos y consumidores, qué importancia le dan a los servicios de consumo y cuáles son sus creencias y expectativas respecto al mismo, cuál ha sido su relación con las Oficinas de Consumo, así como el grado de satisfacción con las mismas, y evaluar la evolución en temas de consumo y saber la participación ciudadana en ellos.

Uno de sus objetivos fundamentales es determinar en qué punto se encuentra la relación de los castellanomanchegos con el Servicio de Consumo que se les ofrece, para, por un lado, evaluar y poner en valor los resultados obtenidos y, por otro, poder programar intervenciones que profundicen en la misma y consigan optimizar este Servicio, aumentando su eficiencia.

En cualquier actuación pública que tenga como objetivo el servicio a los ciudadanos, es muy importante tener indicadores que determinen el grado de consecución de los objetivos planificados, para poder ir realizando actuaciones y acciones que permitan conseguir la máxima eficiencia. Respecto a los temas de consumo contamos, en este sentido, con el antecedente del Estudio "Comportamientos y actitud de los consumidores en Castilla-La Mancha"<sup>1</sup>, ya que algunas cuestiones del mismo trataban sobre los conocimientos y valoraciones de los organismos de consumo; pero nunca hasta la fecha se había realizado un estudio dedicado exclusivamente a determinar cuáles son las expectativas y perspectivas de los castellanomanchegos en materia de consumo; lo cual no solamente permitirá determinar lo que se ha conseguido, sino también establecer nuevos objetivo y metas a conseguir en un futuro próximo.

Uno de los objetivos fundamentales de este Estudio es conocer, de la forma más precisa, extensa y actualizada posible, los conocimientos que los ciudadanos de Castilla-La Mancha tienen en su papel de consumidores.

Otra finalidad esencial de este Estudio, es reflexionar sobre la importancia que los castellanomanchegos le dan a la Administración y al Servicio de Consumo, así como determinar sus creencias y expectativas respecto a los mismos.

También es uno de los propósitos más importantes del presente estudio conocer si los ciudadanos de Castilla-La Mancha han tenido

Estudio realizado en 2009, por la Asociación de Estudios Psicológicos y Sociales de Castilla-La Mancha, en colaboración con el Centro de Estudios de Consumo de la Universidad de Castilla-La Mancha y la Dirección General de Consumo de la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha

contacto con alguna Oficina de Consumo, así como su grado de satisfacción con el servicio recibido en las mismas, y de su valoración respecto a la utilidad percibida de dichos servicios. Para ello se les ha pedido que expresaran dicha valoración y que compararan el Servicio de Consumo con otros servicios recibidos de las Administraciones Locales.

Otro aspecto tenido en cuenta en el presente estudio se ha referido a determinar la evolución de las actitudes, opiniones y comportamientos de los ciudadanos de Castilla-La Mancha en lo referente a los diversos temas relacionados con el consumo. Este estudio evolutivo, tiene como finalidad analizar la percepción de los ciudadanos respecto a los cambios en su situación como consumidores y el trabajo desarrollado, con este fin, por las Administraciones Públicas.

La última parte del estudio se ha dedicado a evaluar la participación ciudadana en temas de consumo; para determinar cuáles son las actividades más frecuentadas y demandadas, y así tenerlas presentes a la hora de programar acciones futuras en este campo.

Hay que tener en cuenta que uno de los objetivos más interesantes de este Estudio es, además de reflejar las perspectivas y expectativas que los ciudadanos de Castilla-La Mancha, relacionadas con el consumo, observar su evolución después de las posibles intervenciones realizadas. Por ello, al diseñarlo, hemos tenido presente la posibilidad de que este mismo Estudio, pudiera repetirse, con idéntico cuestionario y con la periodicidad adecuada. De esta forma, se podría conocer la evolución de esas perspectivas y creencias, relacionadas con el consumo, y saber en qué aspectos se

necesitaría intervenir, para poder ofrecer propuestas apropiadas a una realidad económica y social que cambia continuamente.

Finalmente, en todo el diseño y desarrollo del Estudio, se ha tenido en cuenta que nuestro objetivo es llevar cabo un trabajo socialmente útil, que permita conocer cuál es la importancia que para los habitantes de la Comunidad de Castilla-La Mancha tienen los temas relacionados con el consumo, ya que ninguna medida política ni social puede ser acertada si no parte de una información real sobre la situación sobre la que quiere incidir.

# CONTENIDO Y ESTRUCTURA DEL ESTUDIO Y DATOS DEL TRABAJO DE CAMPO

La base del trabajo de campo han sido las respuestas de 505 ciudadanos de Castilla-La Mancha a un amplio cuestionario referente a perspectivas y expectativas relacionadas con el consumo.

El presente estudio consta de cinco apartados y su muestra, formada por ciudadanos mayores de 16 años, está estratificada por género, edad, provincia y tamaño de la localidad de residencia, seleccionadas de forma aleatoria con procedimientos de control de sesgo para garantizar la validez de los datos.

El estudio está estructurado en los siguientes apartados:

- La Administración y el Servicio de Consumo (Apartado I).
- Las Oficinas de Consumo de Castilla-La Mancha (Apartado II).
- La evolución en temas de consumo (Apartado III).
- Participación ciudadana en temas de consumo (Apartado IV).
- Resumen y conclusiones (Apartado V).

Cada apartado comienza con el análisis y exposición general de los resultados que se recogen, de forma amplia y detallada, en los

cuadros numéricos y/o gráficos que figuran después. Para hacer más clara la exposición, las principales referencias textuales de los enunciados las recogemos en negrita.

Para facilitar la lectura y comprensión del texto, se hace constar que, dentro del contenido de los diversos apartados de este Estudio, se emplea la referencia a "los ciudadanos", "los consumidores", "los participantes en el estudio" o "los encuestados" para englobar los datos, análisis o comentarios que afectan conjuntamente a los hombres y las mujeres de todas las edades. En los casos en los que se hacen diferencias por género, se utilizarán las referencias concretas a hombres o mujeres, y cuando las diferencias sean por edad, se harán referencias a los mayores de 40 años y los menores de 41, que son los dos grupos en los que se ha dividido la población por edad.

Debemos indicar que, dado que los datos directos eran de por sí, muy extensos e interesantes, no hemos ahondado en la búsqueda de correlaciones entre las distintas variables, salvo en lo relativo a las relaciones entre algunos enunciados relevantes y el género o la edad del informante. Teniendo en cuenta las dimensiones de la muestra, muchas de estas correlaciones no hubieran tenido la suficiente validez. Por otro lado, hubiera sido conveniente, para llevarlas a cabo, partir ya de hipótesis relevantes que no era momento de formular en el análisis descriptivo de los datos. Además la propia naturaleza de este Estudio y su finalidad principal, que es, como hemos dicho, realizar un trabajo socialmente útil, exige centrarse en una exposición clara de los resultados, para que puedan ser entendidos por la mayoría de sus lectores. No obstante, la importancia y amplitud de estos datos permitirán que se lleven a cabo, en un futuro, otro tipo de análisis. Respecto al análisis

intergrupal por edad, se han establecido dos grupos; el primer grupo está formado por los que tienen entre 16 y 40 años (229 personas, que suponen el 46% de la muestra), el segundo grupo está formado por los que tienen más de 40 años (269 personas que suponen el 54% de la muestra).

Debemos señalar también que, con el mismo fin de facilitar la comprensión e interpretación de los datos, en este Estudio haremos normalmente referencia a los resultados en porcentajes sobre la muestra. Con el mismo objetivo de evitar complicar innecesariamente los cuadros numéricos y gráficos, ya de por sí muy cargados de datos, hemos eliminado las referencias al pequeño porcentaje (casi siempre por debajo del 1%) que no contesta a algún enunciado y que constituye el resto hasta cien de los porcentajes que se indican. Por otro lado, es importante resaltar, que a la hora de estudiar las diferencias obtenidas, tanto en las comparaciones de los resultados obtenidos entre grupos creados por diferencia de género como por edad, solamente comentaremos aquellos en que encontremos unas diferencias significativas, para evitar una saturación de datos.

Aunque los porcentajes aparecen en los cuadros y gráficos, en algunos casos con decimales, en el texto explicativo, para facilitar su lectura, hemos redondeado al alza o la baja, según procedía, dichos decimales.

Respecto a los datos del trabajo de campo, su base, como se ha indicado, la constituyen las respuestas de 505 ciudadanos al amplio cuestionario que se incluye en el Anexo, al final del presente informe. Los datos técnicos de este trabajo son los siguientes:

Ámbito: Castilla-La Mancha.

- Universo: Población mayores de 16, hombres y mujeres, residentes en la Comunidad de Castilla-La Mancha.
- Distribución: Estratificada por género, edad, provincia y tamaño de la localidad de residencia.
- **Técnica de muestreo**: Aleatorio con procedimientos de control de sesgos.
- Muestra: 505 personas de las cinco provincias de la Comunidad de Castilla-La Mancha.
- Margen teórico de error: +/- 5% para un nivel de confianza del 95%.
- **Hipótesis** P=Q=50%
- Aplicación de los cuestionarios por escrito por los propios encuestados, bajo la supervisión directa o con la ayuda de colaboradores cualificados para garantizar la validez de todo el proceso de recogida de datos.
- Realización del trabajo de campo: marzo del 2011

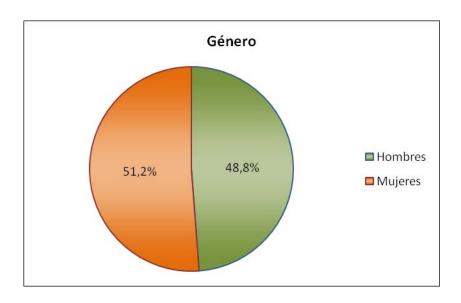
### DATOS GENERALES Y SITUACIÓN DE LOS INFORMANTES

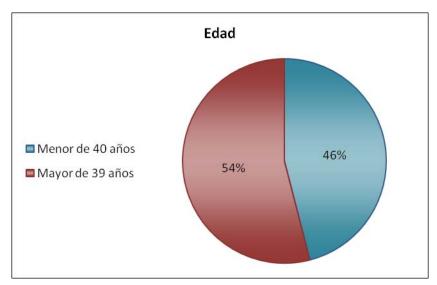
La muestra está compuesta por 245 hombres y 257 mujeres, ciudadanos mayores de 16 años de edad residentes en Castilla-La Mancha, con una edad media de 43,2 años. La mayoría vive en ciudades de más de 20.000 habitantes y su distribución por provincias, nivel de estudios y situación personal es proporcionada a la que existe en la población general.

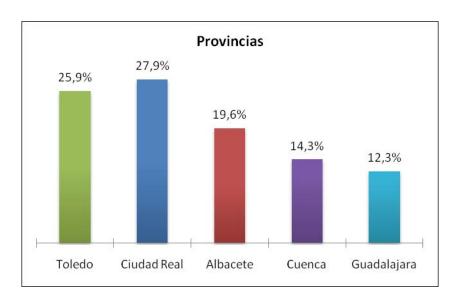
De acuerdo con lo indicado en la definición de la muestra, ésta está formada por 505 ciudadanos de las cuales 245 son hombres (48,8%) y 257 (51,2%) mujeres, reflejando, por tanto, una distribución por género muy próxima a la que se da en la población general.

Todos los componentes de la muestra son ciudadanos mayores de 16 años de edad, el 46% tiene menos de 41 años y el 54% más de 40, y su **edad media es de 43,2 años**.

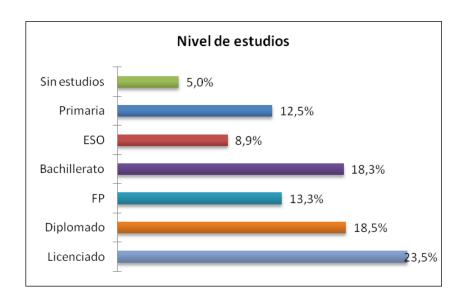
En cuanto a la **distribución por provincias** se ha tendido a la proporcionalidad respecto a sus habitantes. El mayor número de informantes reside en Ciudad Real (27,9%), seguido de los de Toledo (25,9%), Albacete (19,6%), Cuenca (14,3%) y Guadalajara (12,3%).



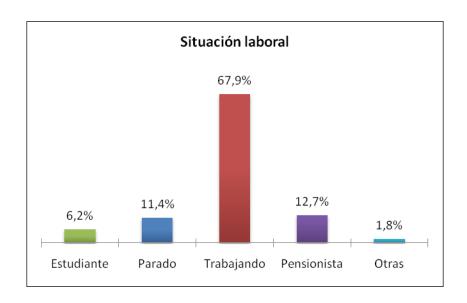




Respecto al **nivel de estudios realizados** por las personas que componen la muestra poblacional, no tienen ningún nivel de estudios concluido el 5%, el 12,5% ha acabado la Educación Primaria o su equivalente, el 8,9% la ESO, el 18,3% el Bachillerato, el 13,3% ha concluido estudios de Formación profesional, el 18,5% es Diplomado y el 23,5% Licenciado Universitario o con titulación equivalente.



En cuanto a la **situación laboral**, la mayoría (67,9%) tienen trabajo, el 6,2% es estudiante, el 11,4% se encuentra en el paro y un 12,7% es pensionista.



### APARTADO I

## LA ADMINISTRACIÓN Y EL SERVICIO DE CONSUMO

## LA ADMINISTRACIÓN Y EL SERVICIO DE CONSUMO

En este primer apartado vamos a reflejar varios aspectos que están relacionados con el ciudadano y la Administración y el Servicio de Consumo.

Para ello hemos dividido esta apartado en los siguientes tres subapartados:

- En el primero analizaremos los conocimientos que los ciudadanos tienen de las Administración y del Servicio de Consumo.
- El siguiente subapartado lo dedicaremos a la importancia del Servicio de Consumo para los ciudadanos.
- Para terminar, en el último reflejaremos las creencias y expectativas de los ciudadanos en relación a la Administración y el Servicio de Consumo.

### CONOCIMIENTOS COMO CIUDADANOS Y CONSUMIDORES

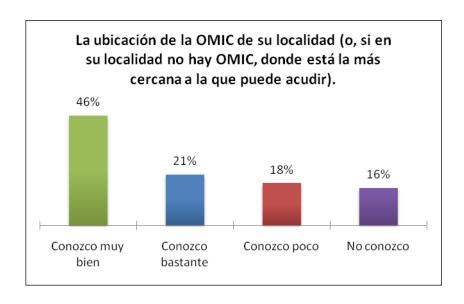
Los temas relacionados con el Servicio de Consumo, ofrecido por las diversas Administraciones y organizaciones, de cuyo conocimiento mayor número de castellanomanchegos hay son: la ubicación de las OMIC de su localidad (67%), la estructura y servicios prestados por el Ayuntamiento de su ciudad (55%), las funciones y servicios que prestan las OMIC (52%) y los derechos que tienen como usuarios de la Administración Pública (51%).

De los temas planteados, sobre los que menor número de ciudadanos tienen conocimiento son: los Consejos Locales de Consumo (21%), la estructura y servicios que presta la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha (38%) y las funciones y servicios prestados por las Asociaciones de Consumidores (39%).

Todos los conocimientos de los ciudadanos, en los temas presentados, han sufrido incrementos, en los dos últimos años, superiores a 10 puntos porcentuales, llagando en algunos casos a aproximarse a 20 puntos.

En este primer subapartado vamos a reflejar los conocimientos que los ciudadanos de Castilla-La Mancha poseen en temas relacionados con la estructura, funciones y localización de los diversos organismos y organizaciones que tienen como misión ofrecer un Servicio de Consumo a todos los ciudadanos; para lo cual se les planteó una serie de ítems a los cuales podían responder: lo conozco muy bien, lo conozco bastante, lo conozco poco o no lo conozco. También compararemos los datos obtenidos en este estudio con los del anterior estudio realizado en el 2009 ("Comportamiento y actitudes de los consumidores en Castilla-La Mancha"), ya que muchos de los ítems coinciden en los dos estudios, y así se puede ver la evolución que se ha tenido en los últimos 2 años.

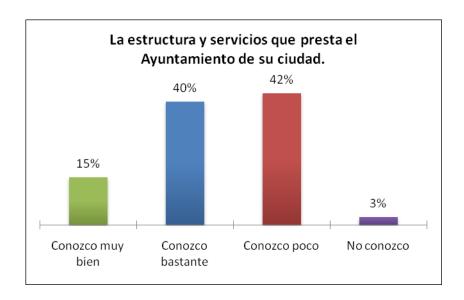
Más de dos tercios de los castellanomanchegos conocen la ubicación de la OMIC de su localidad, ya que al plantearles el enunciado: La ubicación de la OMIC de su localidad (o, si en su localidad no hay OMIC, dónde está la más cercana a la que puede acudir), un 67% contestó conocerla muy bien o bastante, y solamente un 16% no conocerla.



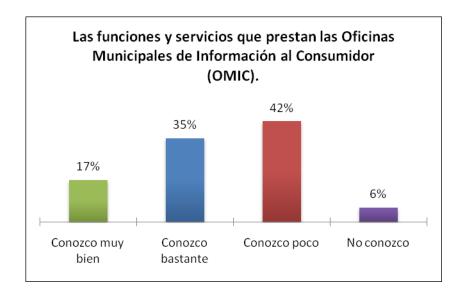
En los últimos dos años se han incrementado en un 6% los ciudadanos que conocen la ubicación de la OMIC de su localidad, ya que en el anterior estudio el porcentaje de adultos que manifestó no conocer la ubicación de la OMIC de su localidad fue del 22% y en la actualidad es del 16%.

Los mayores de 39 años conocen mejor que los menores de 40 la ubicación de la OMIC de su localidad, pues un 70% de ellos manifestó conocerla muy bien o bastante frente a un 62% de los menores de 40.

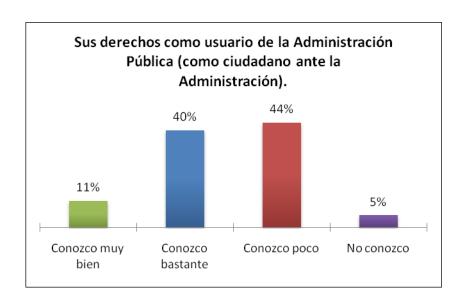
Más de la mitad de los ciudadanos encuestados (55%) conocen bastante o muy bien *la estructura y los servicios que prestan el Ayuntamiento de su ciudad*, un 42% los conoce poco y tan solo un 3% no los conoce.



Las funciones y servicios que prestan las Oficinas Municipales de Información al Consumidor (OMIC), también son bastante o muy bien conocidas por un 52% de los ciudadanos, siendo un 6% el que contestó no conocerlas.

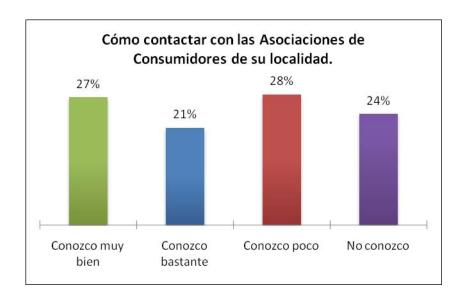


Otro punto sobre el que se les preguntó a los participantes en el estudio es el relacionado con el conocimiento de *sus derechos como usuarios de la Administración Pública (como ciudadanos ante la Administración)*, a lo cual el 51% manifestó conocerlos bastante o muy bien (de los cuales un 54% son hombres y un 48% mujeres), y el 5% contestó que no los conocía.

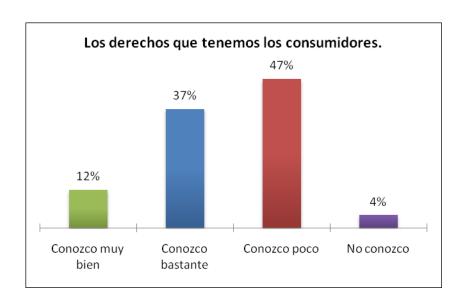


Cómo contactar con las Asociaciones de Consumidores de su localidad, es muy bien conocido por el 27% de los ciudadanos y bastante bien por el 21%, pero por el contrario un 28% tiene un escaso conocimiento y un 24% lo desconoce por completo.

Hace dos años el porcentaje de ciudadanos que no sabían como contactar con las Asociaciones de Consumidores era del 46% y en la actualidad a disminuido hasta un 24%.

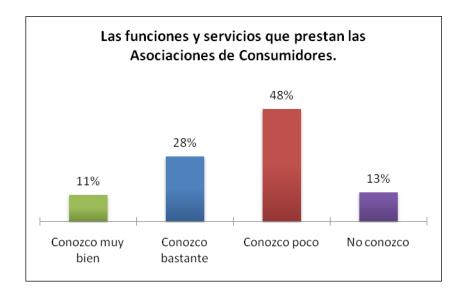


Cerca de la mitad de los encuestados (49%) conoce bastante o muy bien *sus derechos como consumidores*, aunque un 47% los conoce poco y un 4% no tiene ningún conocimiento.

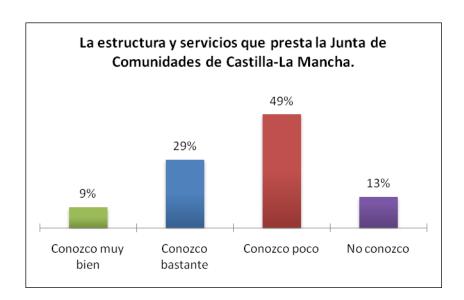


Las funciones y servicios prestados por las Asociaciones de Consumidores son menos conocidas por los ciudadanos, que las de las Oficinas Municipales de Información al Consumidor, ya que un

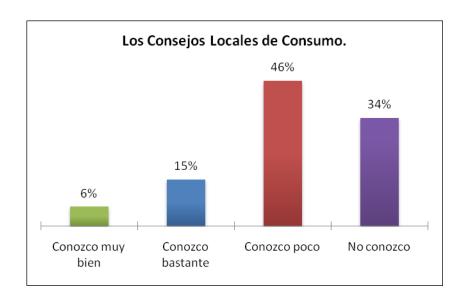
39% las conoce bastante o muy bien, un 48% las conoce poco y un 13% las desconoce en su totalidad.



El porcentaje de ciudadanos que conoce *las estructura y* servicios que presta la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha, es parecido al de los que conocen las funciones y servicios prestados por las Asociaciones de Consumidores, pues un 38% los conoce bastante o muy bien, un 49% los conoce poco y un 13% los desconoce.



De todos los temas relacionados con el consumo y la Administración y organismos, sobre los que se les preguntó a los participantes en el estudio, del que menos conocimiento manifestaron tener éstos, es de *los Consejos Locales de Consumo*, ya que tan solo un 21% contestó conocerlos bastante o muy bien, un 46% que los conocía poco y un 34% los desconoce por completo.



Es de destacar que en los últimos dos años el incremento de ciudadanos que conoce bastante o muy bien, cada una de las cuestiones tratadas anteriormente, supera en todas ellas los 10 puntos porcentuales, y en algunas se acercan a los 20.

En el que más incremento se ha producido (18%) es en el conocimiento de la estructura y servicios que presta la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha, que ha pasado del 20% al 38%. El que le sigue es el conocimiento de los derechos como usuarios de la Administración Pública, que ha subido un 16% (del 35% al 51%). En el conocimiento de la estructura y servicios que presta el Ayuntamiento de su ciudad el incremento ha sido de un 15% (del 40% al 55%). Un 13% más de ciudadanos conoce bastante o muy bien sus derechos como consumidores, pues han

pasado de conocerlos del 36%, en el 2009, al 49%, en la actualidad. Las funciones y servicios que prestan las Asociaciones de Consumidores eran muy o bastante conocidas en el año 2009 por un 27%, y en la actualidad las conocen el 39% de los ciudadanos. Por último, se ha producido un incremento de 11 puntos entre el porcentaje de ciudadanos que conocía, bastante o muy bien, en el años 2009, las funciones y servicios que prestan las Oficinas Municipales de Información a los Consumidores (41%), y él de él que los conoce en la actualidad (52%).

#### **IMPORTANCIA**

Los porcentajes de ciudadanos que consideran importante o muy importante cada uno de los temas presentados son muy altos, yendo todos, menos en un caso, desde el 100% al 94%.

De los temas planteados el que es importante o muy importante para la mayor cantidad de ciudadanos (100%) es que los trabajadores de las Oficinas de Consumo sepan atender y ayudar a los consumidores. Para un 99% tiene gran importancia: la existencia de Oficinas Públicas donde presentar quejas o reclamaciones, que la preparación de los trabajadores de las Oficinas sea la adecuada y que la Administración les proteja de posibles fraudes o estafas.

El 98% de los encuestados cree que es de gran importancia: que la Administración cuente con la opinión de los consumidores, que la Junta de Comunidades se preocupe por temas de consumo, que las Oficinas de Consumo tengan un horario y personal adecuado y que las Oficinas de Consumo tengan el presupuesto adecuado.

Para el 97% es muy importante o importante que su Ayuntamiento se preocupe por temas de consumo, y para el 94% que existan teléfonos permanentes de Atención al Consumidor. La constitución de Consejos locales de consumo tiene gran importancia para el 84% de los ciudadanos.

En este subapartado vamos a reflejar el grado de importancia, que para los ciudadanos tienen diversos aspectos relacionados con la Administración y el Servicio de Consumo. Para ello se les planteó una serie de enunciados a los cuales podían contestar, según su criterio, que eran: muy importantes, importantes, poco importantes o nada importantes.

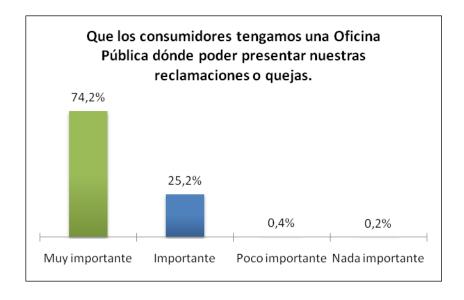
Antes de comentar los resultados obtenidos por cada una de las opciones presentadas, es digno de destacar la gran importancia que los ciudadanos de Castilla-La Mancha le dan a los temas relacionados con el Servicio de Consumo que reciben por parte de la Administración, ya que para diez de los once aspecto presentados, el porcentaje de ciudadanos, que los consideró importantes o muy importantes, se encuentra entre el 94% y el 100% de ellos. Como se podrá comprobar el número de castellonomanchegos que considera muy importantes o importantes los diversos temas relacionados con el Servicio de Consumo es altísimo.

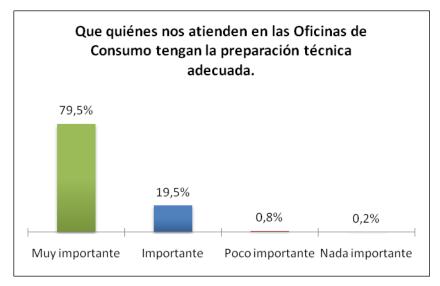
Los ciudadanos de Castilla-La Mancha le dan una gran importancia a la atención que reciben de los trabajadores de las Oficinas de Consumo, ya que el 100% de ellos, y es de destacar que haya esta unanimidad en una muestra tan amplia y en este tipo de

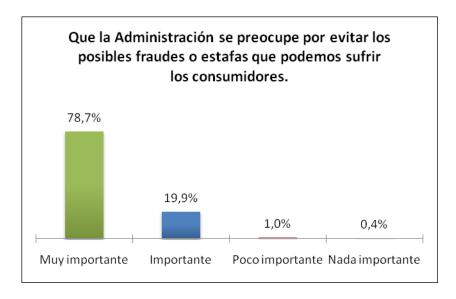
estudios, contestó que era muy importante o importante, para ellos, que quiénes trabajan en la Oficinas de Consumo sepan atender y ayudar al consumidor adecuadamente.



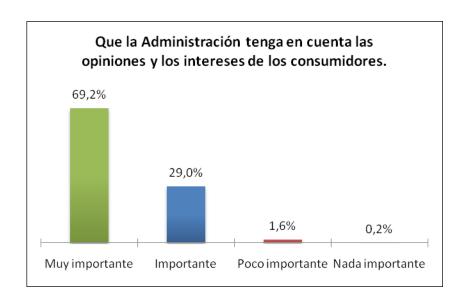
En tres de las opciones presentadas hubo un 99% de ciudadanos que las consideró muy importantes o importantes, éstas son las siguientes: que los consumidores tengamos una Oficina Pública dónde poder presentar nuestras reclamaciones o quejas, que quiénes nos atienden en las Oficinas de Consumo tengan la preparación técnica adecuada y que la administración se preocupe por evitar los posibles fraudes o estafas que podemos sufrir los consumidores.

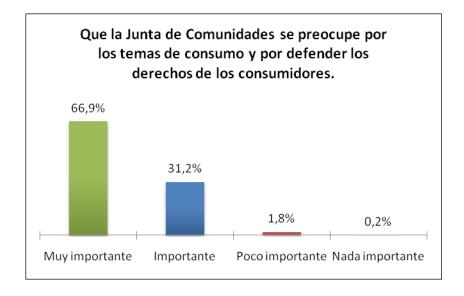




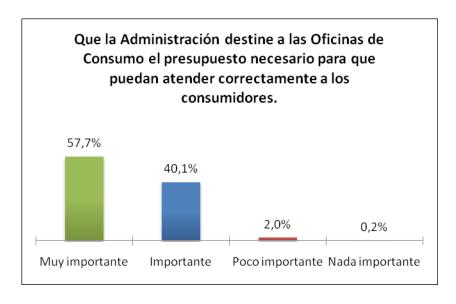


Muy cerca, en grado de importancia, de las anteriores opciones Servicio de Consumo relacionadas con el ofrecido Administración se encuentran: que la Administración tenga en cuenta las opiniones y los intereses de los consumidores, que la Junta de Comunidades se preocupe por los temas de consumo y por defender los derechos de los consumidores, que la Administración destine a las Oficinas de Consumo el presupuesto necesario para que puedan atender correctamente a los consumidores y que las Oficinas de Consumo tengan un horario de atención, y un personal suficientemente formado, para dedicar el tiempo necesario a cada consumidor, ya que un 98% de los encuestados contestó que para ellos, esos aspectos eran o importantes o muy importantes.









La preocupación de los Ayuntamientos por temas de consumo y de los derechos de los consumidores es considerada como importante o muy importante por el 97% de los ciudadanos de la Comunidad Autónoma.

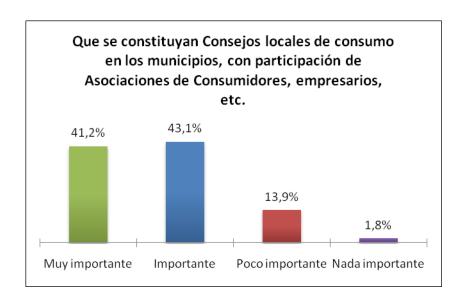


Un 94% de los ciudadanos considera que es importante o muy importante *que exista un teléfono permanente de Atención al Consumidor*.



A pesar de ser el tema tratado que menor número de encuestados ha considerado que era importante o muy importante,

hubo un 84% de ellos para los cuáles la *constitución de Consejos locales de consumo en los municipios, con participación de Asociaciones de Consumidores y empresarios*, era importante o muy importante. En este tema es en el único que se han encontrado diferencias significativas tanto entre edades como entre géneros, ya que el 88% de los menores de 40 años lo consideraron o importante o muy importante, mientras que el porcentaje de los mayores de 39 que piensa lo mismo es del 81%. En relación a las diferencias de género, el 89% de las mujeres considera que este tema es importante o muy importante, mientras que el porcentaje de hombres que piensa lo mismo es del 80%.



#### CREENCIAS Y EXPECTATIVAS

Un 70% de los castellanomanchegos cree que si presenta una queja o reclamación en una Oficina de Consumo se van a preocupar por defender sus derechos (en el 2009 el porcentaje era del 57%) y que para los responsables públicos, la defensa de los derechos de los consumidores debería ser una de sus principales preocupaciones.

Para un 64% de los ciudadanos, los conocidos que han ido a una Oficina de Consumo han sido debidamente atendidos, y para un 57% el trato recibido como ciudadano, en su relación con su Ayuntamiento o con la Junta de Comunidades, ha sido correcto.

La Administración Pública se preocupa por defender los derechos de los consumidores, según el 48% de los ciudadanos (56% de las mujeres y 39% de los hombres) (en el 2009 eran el 35%), y para el 47% sus derechos como consumidores se encuentran protegidos.

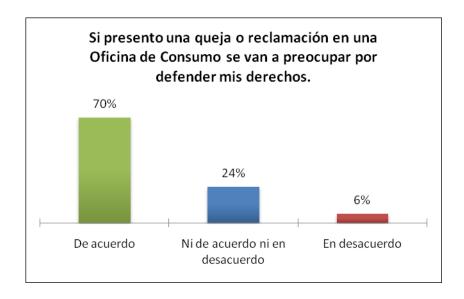
Respecto a la preocupación por los temas de consumo, un 43% (49% mujeres y 36% hombres) cree que es una tarea que realiza la Junta de

Comunidades de Castilla-La Mancha y un 39% (46% mujeres y 33% hombres) que lo hacen los Ayuntamientos.

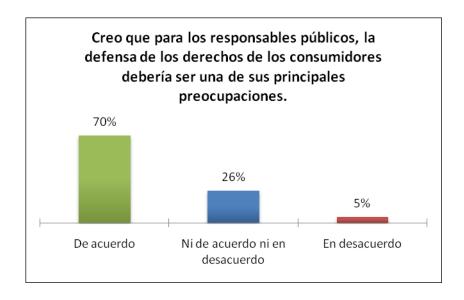
Un 33% de los ciudadanos está contento con los servicios y equipamientos de que dispone su ciudad.

En este subapartado vamos a reflejar las creencias y expectativas que los ciudadanos de Castilla-La Mancha tienen con relación a la Administración y al Servicio de Consumo que proporciona. Para recabar esta información se le presentó una serie de enunciados en los que las respuestas posibles eran: de acuerdo, ni de acuerdo ni en desacuerdo y en desacuerdo. Como hay cuatro ítems que coinciden con los presentados en el estudio realizado en el 2009 ("Comportamiento y actitudes de los consumidores en Castilla-La Mancha"), también haremos las comparaciones correspondientes, para comprobar su evolución.

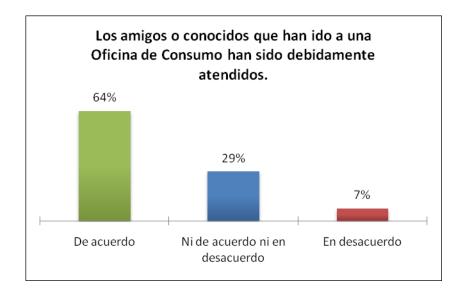
Con el enunciado, de los presentados, en el que los ciudadanos están más de acuerdo es: *si presento una queja o reclamación en una Oficina de Consumo se van a preocupar por defender mis derechos*, ya que un 70% manifestó estar de acuerdo con él, un 24% no tuvo una opinión clara y un 6% estuvo en desacuerdo. En el estudio del año 2009 el porcentaje de ciudadanos que manifestó estar de acuerdo fue del 57%, por lo que vemos que se ha producido, en esta creencia, en los últimos dos años, un incremento de 13 puntos porcentuales.



También hay un 70% de ciudadanos que creen que para los responsables públicos la defensa de los derechos de los consumidores debería ser una de sus principales preocupaciones, mientras que un 26% no supo qué contestar y un 5% estuvo en desacuerdo con ello.



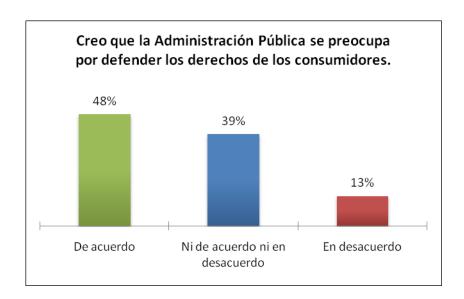
Cerca de dos tercios de los encuestados (64%) manifestaron que sus amigos o conocidos que habían ido a una Oficina de Consumo habían sido debidamente atendidos, un 29% no estuvo ni de acuerdo ni en desacuerdo con ello, y un 7% en desacuerdo.



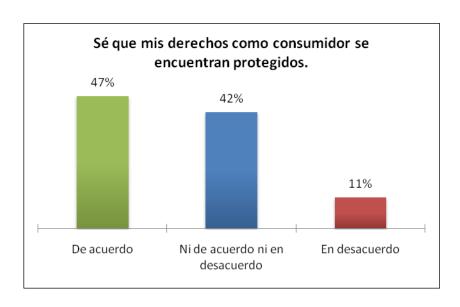
La mayoría de los encuestados (57%) (el 60% de los mayores de 39 años y el 52% de los menores de 40) manifestaron que *en su relación con el Ayuntamiento/Junta de Comunidades han recibido un trato correcto como ciudadanos*, un 38% no supo que contestar y un 6% estuvo en desacuerdo con ello. En este tema es en uno de los pocos en los que se ha producido un decremento en los últimos dos años, ya que en el 2009 hubo un 68% que estaban de acuerdo con el enunciado y en la actualidad es un 57%.



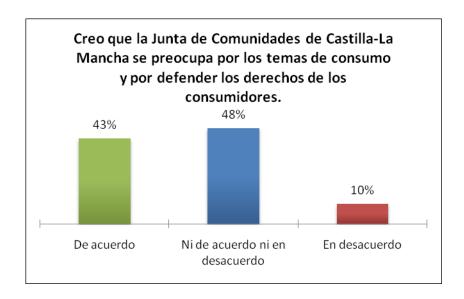
Un 48% de los ciudadanos cree que la Administración Pública se preocupa por defender los derechos de los consumidores, un 39% no está ni de acuerdo ni en desacuerdo con ello y un 13% está en desacuerdo. En esta creencia se ha encontrado una gran diferencia entre los hombres y las mujeres, ya que el porcentaje de éstas que está de acuerdo con el enunciado es del 56%, mientras que el de hombres es del 39%. En el anterior estudio estaban de acuerdo con ese enunciado un 35% de los ciudadanos

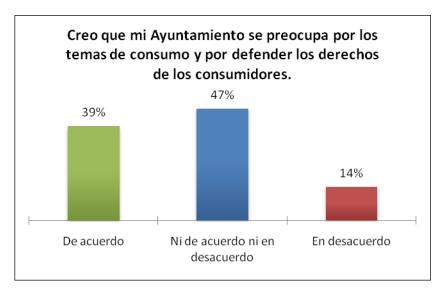


El porcentaje de ciudadanos que piensa que *sus derechos como consumidores se encuentran protegidos*, es del 47%, mientras que un 42% no supo que responder y un 11% estuvo en desacuerdo con ello.



Un 43% de los encuestados (el 49% de las mujeres y el 36% de los hombres) manifestó estar de acuerdo con el enunciado: *creo que la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha se preocupa por los temas de consumo y por defender los derechos de los consumidores*, mientras que un 48% no estuvo ni de acuerdo ni en desacuerdo con ello y un 10% en desacuerdo.

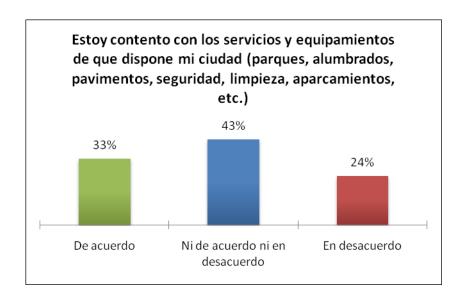




Que sus Ayuntamientos se preocupan por los temas de consumo y por defender los derechos de los consumidores es compartido por el 39% de los ciudadanos (el 46% de las mujeres y el

33% de los hombres), un 47% no supo qué responder y un 14% estuvo en desacuerdo con ello.

Uno de cada tres castellanomanchegos (33%) está contento con los servicios y equipamientos de que dispone su ciudad (parques, alumbrados, pavimentos, seguridad, limpieza, aparcamientos, etc.), un 24% está descontento y un 43% se encuentra indeciso ante este enunciado. El grado de satisfacción de los ciudadanos con los servicios y equipamientos de que dispone su ciudad ha disminuido, en los últimos dos años, en 7 puntos porcentuales, ya que en el estudio realizado en el 2009 el porcentaje de ciudadanos que estaba de acuerdo con este enunciado era del 40%.



#### **APARTADO II**

# LAS OFICINAS DE CONSUMO DE CASTILLA-LA MANCHA

## LAS OFICINAS DE CONSUMO DE CASTILLA-LA MANCHA

Después de haber analizado en el apartado anterior los conocimientos, la importancia y las creencias y expectativas que los castellanomanchegos tienen de aspectos relacionados con el Servicio de Consumo y la Administración; en este apartado vamos a estudiar las Oficinas de Consumo de Castilla-La Mancha y su relación con los ciudadanos.

Para la obtención de esta información se les ha planteado una serie de cuestiones a los castellanomanchegos, cuyos resultados hemos reflejado en los siguientes subapartados:

- Contacto y satisfacción con las Oficinas de Consumo.
- Creencias respecto a las Oficinas de Consumo.
- Comparación del Servicio de Consumo con otros servicios.

### CONTACTO Y SATISFACCIÓN CON LAS OFICINAS DE CONSUMO

El 64% de los castellanomanchegos (69% de los mayores de 39 años y el 59% de los menores de 40) ha accedido alguna vez a una Oficina de Consumo para hacer uso de ella.

El grado de satisfacción de los distintos aspectos relacionados con la atención recibida en las Oficinas de Consumo, sobre un máximo de una valoración de 5, es: la amabilidad y trato con el que han sido atendidos (4,08), la preparación técnica de las personas que les han atendido (4,02), la calidad de la información facilitada o de la atención recibida (3,97), la satisfacción general del resultado del contacto con la Oficina de Consumo (3,83), el tiempo de espera hasta ser atendido (3,73), la forma en que ha sido resuelto el tema por el que pedía información o reclamaba (3,57) y la imagen de la Oficina (aspecto, ubicación, mobiliario, dimensiones, etc.) (3,42).

El grado de satisfacción global, teniendo en cuenta todos los aspectos, de los mayores de 39 años supera en 0,15 al de los menores de 40.

En este primer subapartado vamos a comentar el contacto que los castellanomanchegos han tenido con las Oficinas de Consumo de Castilla-La Mancha para solicitar información o presentar alguna queja, reclamación como consumidor o usuario, y el grado de satisfacción que tienen con el servicio recibido de ellas.

Para determinar el número de ciudadanos que ha tenido contacto con alguna Oficina de Consumo se les hizo una pregunta en la que se les interrogaba si habían tenido alguna vez contacto con alguna de ellas; las posibles respuesta eran: si o no.

Casi dos tercios de los ciudadanos (64%) han *tenido alguna* vez contacto con alguna Oficina de Consumo de Castilla-La Mancha para solicitar información o presentar alguna queja, reclamación como consumidor o usuario. El 69% de los mayores de 39 años ha tenido contacto con alguna Oficina de Consumo, mientras que el porcentaje de menores de 40 años, que lo ha tenido, es del 59%.





Para evaluar el grado de satisfacción de los ciudadanos que han tenido alguna relación con una Oficina de Consumidores, se plantearon siete ítems con los diversos aspectos de la atención recibida. En cada ítem se podía responder con cinco opciones diferentes, dependiendo del grado de satisfacción éstos eran: 5 totalmente satisfecho. 4 muy satisfecho, 3 2 poco satisfecho y 1 satisfecho, nada satisfecho. A continuación se aportarán los datos dando las medias obtenidas para cada uno de los aspectos preguntados; estas se aportarán con dos decimales y con redondeo, al alza o a la baja.

Antes de comentar cada uno de los datos obtenidos es digno de destacar los altos niveles de satisfacción obtenidos, pues el intervalo de valoraciones va desde 4,08 a 3,42, y la media de las valoraciones es de 3,80; si tenemos en cuenta que la puntuación máxima es de 5, son valoraciones muy altas.

El aspecto de las Oficinas de Consumo con el que más satisfechos están los ciudadanos es con *la amabilidad y trato con el que habían sido atendidos*, ya que se ha obtenido una media de 4,08 de valoración.

La preparación técnica de la persona que les ha atendido es el siguiente aspecto más valorado por los ciudadanos que han asistido a una Oficina de Consumo, pues la media de la valoración ha sido de 4,02. Los mayores de 39 años están más satisfechos en esta cuestión (4,12) que los menores de 40 (3,89).

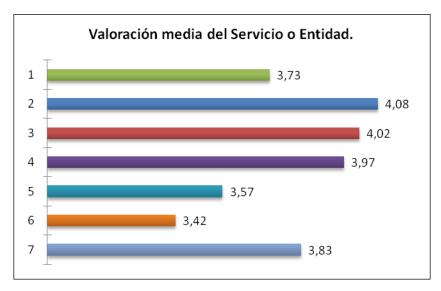
La tercera valoración más alta ha sido para *la calidad de la información facilitada o de la atención recibida*, siendo la media de las puntuaciones recibidas de 3,97. En esta valoración se han encontrado unas diferencias mayores entre la de las mujeres (4,05) y la de los hombres (3,89).

La satisfacción general del resultado del contacto con la Oficina de Consumo, también ha sido muy elevada, ya que la media obtenida ha sido de 3,83. Siendo mayor la satisfacción de los mayores de 39 años (3,94) que la de los menores de 40 (3,68). En este punto se ha constatado una disminución con relación al estudio realizado en 2009, ya que entonces el grado de satisfacción fue de 4,01, y aunque no parezca excesivo se puede considerar significativo, ya que nos encontramos en valores muy altos.

La puntuación obtenida por *el tiempo de espera hasta ser atendidos*, ha sido de 3,73. Los mayores de 39 años dieron una valoración más alta (3,85) al tiempo de espera hasta ser atendidos que los menores de 40 (3,56).

Los dos aspectos que obtuvieron la menor valoración en satisfacción han sido la forma en la que había sido resuelto el tema por el que habían asistido a pedir información o poner una reclamación y la imagen de la Oficina (aspecto, ubicación, mobiliario, dimensiones, etc.), cuyas puntuaciones respectivas

fueron de 3,57 y 3,42. La puntuación de los hombres a la imagen de la oficina ha sido de 3,37 y la de las mujeres de 3,46.



- 1. El tiempo de espera hasta ser atendido/a.
- 2. La amabilidad y trato con el que he sido atendido/a.
- 3. La preparación técnica de la persona que le ha atendido.
- 4. La calidad de la información facilitada o de la atención recibida.
- 5. La forma en que ha sido resuelto en tema por el que pedía información o reclamaba.
- 6. La imagen de la Oficina (aspecto, ubicación, mobiliario, dimensiones, etc.).
- Satisfacción general del resultado del contacto con la Oficina de Consumo.

## CREENCIAS RESPECTO A LAS OFICINAS DE CONSUMO

Las expectativas de los castellanomanchegos que han tenido contacto con las Oficinas de Consumo son muy altas.

El 85% recomendaría a un amigo o familiar ir a una de ellas si tuviera un problema como consumidor.

El 76% cree que las Oficinas de Consumo son un servicio público que presta una atención fundamental a los ciudadanos y que esperan ser correctamente atendidos si vuelven a solicitar los servicios de una de ellas.

Un 69% cree que las Oficinas de Consumo son un servicio público que funciona bien y que el dinero que la Administración gasta para mantenerlas está muy bien empleado.

Un 74% de los mayores de 39 años cree que las Oficinas de Consumo son un servicio que funciona bien y que es un gasto de la Administración muy bien empleado, y creen los mismo un 63% y el 61%, respectivamente, de los menores de 40.

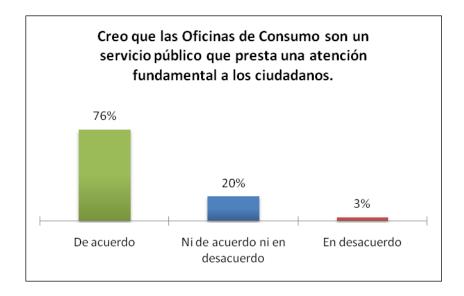
En este segundo subapartado vamos a tratar las creencias y expectativas que los ciudadanos tienen después de su experiencia como usuarios de las Oficinas de Consumo.

Para ello se les ha realizado una serie de preguntas en las que se les pedía que determinaran cuál era su grado de acuerdo respecto a unos determinados enunciados, teniendo que elegir entre una de estas tres opciones: de acuerdo, ni de acuerdo ni en desacuerdo, en desacuerdo.

Un 85% de los castellanomanchegos aconsejaría *acudir a una Oficina de Consumo a un familiar o amigo si tuviera problemas como consumidor*, un 11% no sabe si lo haría y un 4% no lo haría.



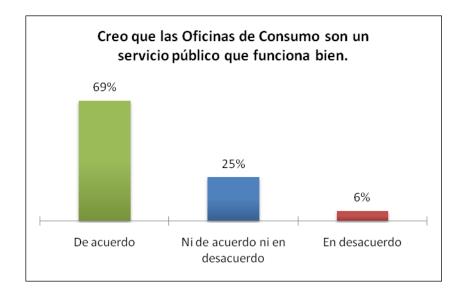
El porcentaje de los ciudadanos que *cree que las Oficinas de Consumo son un servicio público que presta una atención fundamental a los ciudadanos* es del 76% (el 80% de las mujeres y el 73% de los hombres), mientras que un 20% no tienen una opinión creada y tan solo un 3% no lo cree.



Debido a sus experiencias previas, la cantidad de ciudadanos que *confía en ser correctamente atendido en las Oficinas de Consumo* es del 76%, un 17% ni confía ni desconfía y un 7% no confía en ello.



Un 69% (el 74% de los mayores de 39 años y el 63% de los menores de 40) de los usuarios de Oficinas de Consumo cree que *éstas son un servicio público que funciona bien*, el 25% no supo que opinar, y un 6% no lo cree.



El porcentaje de ciudadanos que opina que *el dinero que la* Administración gasta para mantener las Oficinas de Consumo está muy bien empleado, es del 69% (el 74% de los mayores de 39 años y el 61% de los menores de 40), un 26% no tiene una opinión creada y el 6% no está de acuerdo con ello.



# COMPARACIÓN DEL SERVICIO DE CONSUMO CON OTROS SERVICIOS

Hay un 29% de castellanomanchegos que cree que los servicios que ofrecen su OMIC son mejores que el resto de los ofrecidos por la Administración Pública, un 27% que el resto de los servicios ofrecidos por su Ayuntamiento y un 19% que los servicios ofrecidos por las OMIC de otra comunidades autónomas.

Los ciudadanos de Castilla-La Mancha creen que los Servicios de Consumo son más importantes que los de: organización de fiestas У actividades recreativas (50% (el 56% de los mayores de 39 años y el 44% de los menores de 40)), la potenciación de la participación ciudadana (31%), las instalaciones deportivas (28%) y las actividades culturales (23%), y menos importantes que los servicios sanitarios (78%),seguridad ciudadana  $(62\%)_{i}$ la instalaciones y servicios educativos (57%), los  $(54\%)_{i}$ servicios sociales el alumbrado mantenimiento de las aceras y calzadas (31%) y la limpieza y mantenimiento de los espacios públicos (27%).

Después de los servicios sanitarios (65%) y de seguridad (46%), los servicios que más incremento de gasto deben tener, según un 39% de los ciudadanos, son: la prevención de los fraudes o engaños a los consumidores, las inspecciones relacionadas con el consumo y la salud pública y las instalaciones y servicios educativos.

El porcentaje (25%) de ciudadanos que cree que el gasto en la atención a los consumidores y sus reclamaciones o quejas debe incrementarse es superior a los que creen que el aumento se debe realizar en: alumbrado y mantenimiento de aceras y calzadas (18%), las actividades culturales (14%), la limpieza y mantenimiento de los espacios públicos (11%), la ordenación del territorio y el urbanismo instalaciones deportivas (9%), las  $(8\%)_{.}$ potenciación de la participación ciudadana (8%) y la organización de fiestas y actividades recreativas (5%).

En este último subapartado vamos a ofrecer los resultados obtenidos de comparar el Servicio de Consumo con otros servicios de

las diversas administraciones, para ello se efectuaron tres tipos de preguntas, que han servido para realizar tres tipos distintos de comparaciones.

En la primera pregunta se les pedía a los ciudadanos que compararan el servicio ofrecido por la OMIC de su municipio con el resto de servicios del mismo, con otros servicios de la Administración Pública con los que hubiera tenido contacto o con los de otras OMIC de fuera de Castilla-La Mancha, las posibles respuestas eran: mejor, similar o peor.

A la hora de comparar los servicios que ofrecen la OMIC de su municipio con otros *Servicios de la Administración pública*, el 29% de los ciudadanos dijo que eran mejores los de su OMIC, el 59% dijo que eran similares y un 12% cree que los otros servicios de la Administración Pública son mejores que los de la OMIC de su municipio.



En relación con *el resto de los servicios de su municipio*, un 27% cree que son mejores los servicios dados por su OMIC, un 61% no encuentra diferencia y un 12% cree que los demás servicios de su municipio son mejores que el de su OMIC.



A la hora de comparar los servicios que ofrecen la OMIC de su municipio *con los de otras OMIC de fuera de Castilla-La Mancha*, un 19% piensa que los de su OMIC son mejores, un 67% cree que no hay diferencia (el 73% de los menores de 40 años y el 62% de los mayores de 39, y el 72% de las mujeres y el 61% de los hombres) y un 15% prefiere los de otras comunidades autónomas.



En otra pregunta se le solicitó a los encuestados que compararan el grado de importancia de los servicios de consumo con los otros servicios de su municipio, las posibles respuestas eran: más importante, igual de importante o menos importante.

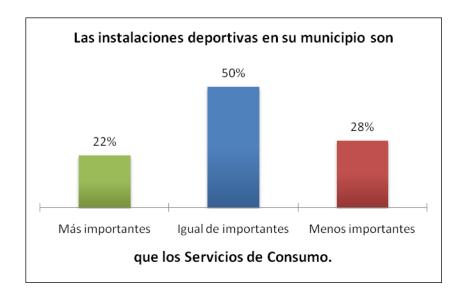
De todos los servicios municipales con los que se les pidió a los encuestados que los comparasen con el de consumo; con el que mejor parado sale éste es con el de *organización de fiestas y actividades recreativas*, ya que un 50% (el 56% de los mayores de 39 años y el 44% de los menores de 40) de los ciudadanos cree que los servicios de consumo son más importantes que las fiestas y las actividades recreativas, un 37% (el 44% de las mujeres y el 30% de los hombres, y un 31% de los mayores de 39 años y un 44% de los menores de 40) les da la misma importancia y un 13% (el 8% de las mujeres y el 17% de los hombres) cree que son más importantes las fiestas y actividades recreativas que los servicios de consumo.



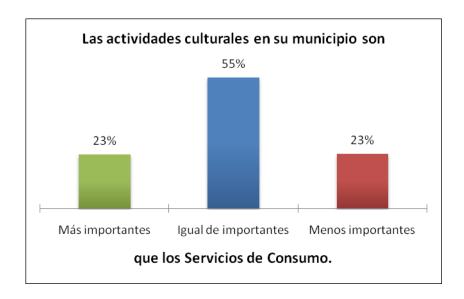
También los ciudadanos le han dado más prioridad a los servicios de consumo que a *la potenciación de la participación ciudadana y los movimientos asociativos*, ya que un 31% los consideró menos importantes, un 56% les dio la misma importancia a ambos y un 13% cree que es más importante la potenciación de la participación ciudadana y los movimientos asociativos que los servicios de consumo.



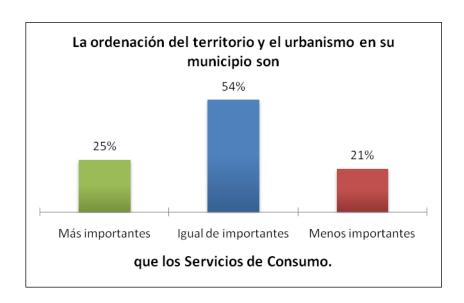
El 28% de los ciudadanos cree que los servicios de consumo son menos importantes que *las instalaciones deportivas*, la mitad de ellos (50%) les da el mismo valor, y un 22% (el 27% de los hombres y el 17% de las mujeres) cree que son más importantes las instalaciones deportivas que los servicios de consumo.



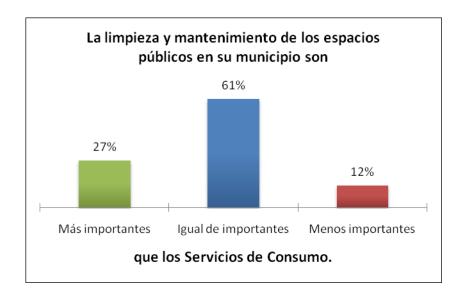
Los ciudadanos de Castilla-La Mancha les dan la misma importancia a las *actividades culturales* que a los servicios de consumo, ya que un 23% consideran más importantes a las primeras y otro 23% a los segundos, siendo un 55% los que creen que tienen igual importancia.



La ordenación del territorio y el urbanismo han obtenido unos resultados comparativos de importancia bastante parecidos con los de los servicios de consumo, ya que si bien un 25% de los ciudadanos cree que son más importantes las primeras, un 21% le da menos importancia a los servicios de consumo y un 54% considera que tienen la misma.



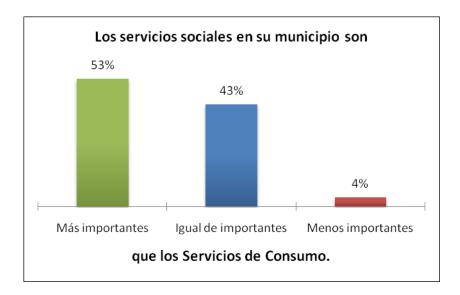
Un 12% de los ciudadanos considera que los servicios de consumo son menos importantes que *la limpieza y el mantenimiento de los espacios públicos*, un 27% piensa lo contrario y un 61% les da la misma importancia a ambos.



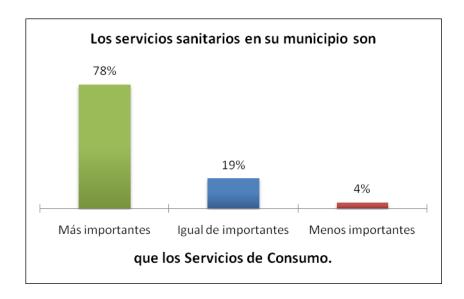
Más de la mitad de ciudadanos (57%) considera que tienen la misma importancia *el alumbrado y el mantenimiento de aceras y calzadas* que los servicios de consumo, un 31% les da más importancia a los primeros y un 11% a los segundos.



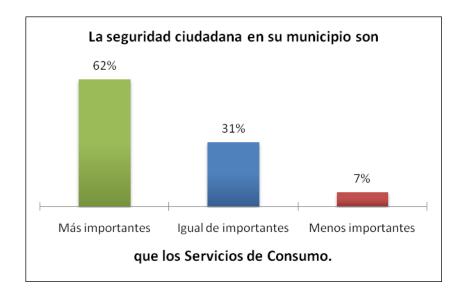
Los servicios sociales son uno de los que más importancia tienen para los castellanomanchegos, ya que aunque un 43% los considera de igual importancia que los servicios de consumo, un 53% cree que son más importantes que ellos, y solamente un 4% que lo son menos.



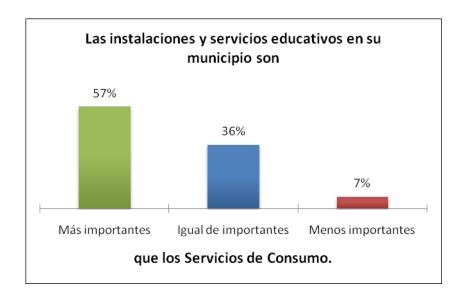
Los servicios sanitarios son los más importantes para los ciudadanos, pues un 78% los considera de mayor importancia que los servicios de consumo, un 19% les concede la misma importancia y tan solo un 4% les da menor.



La seguridad ciudadana es el segundo servicio, después del sanitario, que mayor importancia tiene a la hora de compararlo con el de consumo, ya que un 62% consideró que tenía más importancia, un 31% la misma y un 7% cree que el servicio de consumo tiene más importancia que ella.



El porcentaje de ciudadanos que consideró que las *instalaciones y servicios educativos* son más importantes que los servicios de consumo fue del 57% (el 52% de los mayores de 39 años y el 63% de los menores de 40), un 36% les dio la misma importancia y un 7% valoró más a los servicios de consumo.

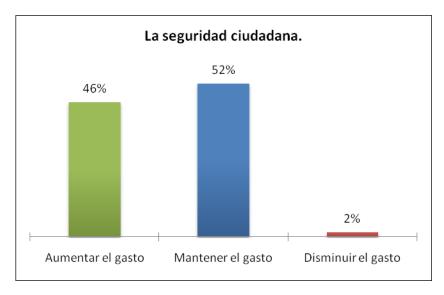


En la última pregunta que se hizo para comparar los Servicios de Consumo con el resto de los servicios ofrecidos por los Ayuntamientos, se les solicitó a los encuestados que, teniendo en cuenta la crisis económica actual que estaba obligando a las diversas Administraciones Públicas a reducir sus presupuestos, determinaran

cómo variarían el gasto en cada una de las diversas partidas. Las opciones eran: aumentar el gasto, mantener el gasto o disminuir el gasto.

Los servicios sanitarios son la partida presupuestaria que mayor número de ciudadanos (65%), cree que se debe aumentar, un 32% la mantendría y tan solo un 2% la disminuiría.



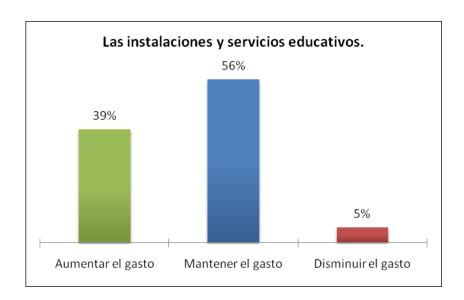


El siguiente servicio que más ciudadanos (46% (el 41% de las mujeres y el 51% de los hombres)) creen que debe incrementar su presupuesto es el de *seguridad ciudadana*, un 52% (el 57% de las

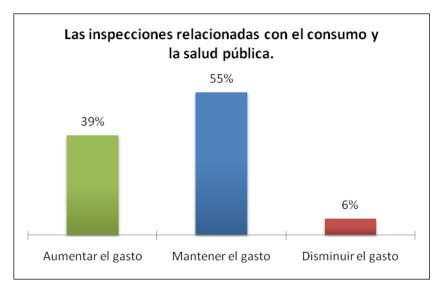
mujeres y el 47% de los hombres) lo mantendría y solamente un 2% lo reduciría.

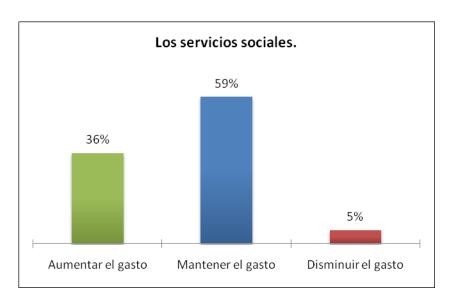
Existen tres servicios: *la prevención de los fraudes o engaños a los consumidores, las instalaciones y servicios educativos y las inspecciones relacionadas con el consumo y la salud pública*, en los cuales el 39% de los ciudadanos cree que se debe aumentar el gasto, siendo muy parecidos los que lo mantendrían y los que lo reducirían. El 44% de los menores de 40 años y el 34% de los mayores de 39, cree que el gasto en instalaciones y servicios educativos se debe aumentar, sin embargo el 61% de los mayores de 39 y el 51% de los menores de 40, son partidarios de mantenerlo.

El sexto servicio en el cual hay un mayor número de ciudadanos (36%) que cree que su gasto se debe aumentar son *los servicios* sociales, un 59% lo mantendría y un 5% lo disminuiría.





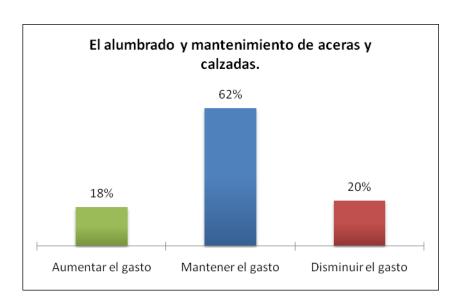




Uno de cada cuatro ciudadanos (25%) cree que se debe aumentar el gasto en *atención a los consumidores y sus reclamaciones o quejas*, dos tercios (67%) que hay que mantenerlo y solamente un 8% lo disminuiría.

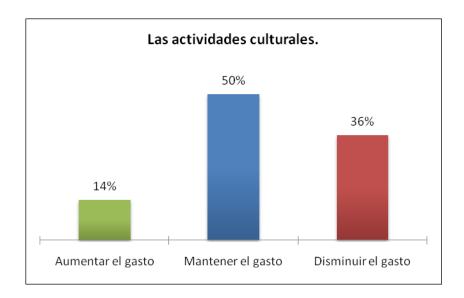


Hasta este punto hemos mencionado los servicios en los que hay más ciudadanos que creen que se debe aumentar el gasto a pesar de la crisis existente. A continuación mencionaremos aquellos en los que hay mayor número de ciudadanos que piensan que hay que disminuir el gasto en vez de aumentarlo.

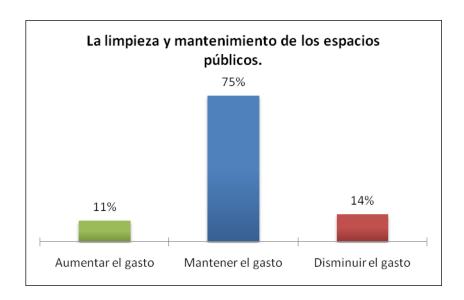


Un 20% de los ciudadanos disminuiría el gasto en *alumbrado público*, un 62% lo mantendría y un 18% lo aumentaría.

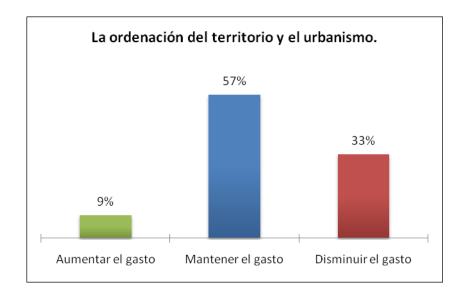
Se debe de reducir el gasto en *las actividades culturales*, según el 36% de los ciudadanos, un 50% considera que se debe mantener y un 14% lo aumentaría.



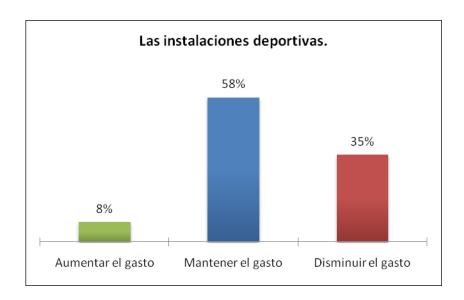
La limpieza y mantenimiento de los espacios públicos es el servicio en el que mayor número de ciudadanos (75%) mantendría el gasto, un 14% lo disminuiría y un 11% lo aumentaría.



Un tercio de los castellanomanchegos (33% (el 39% de los mayores de 39 años y el 27% de los menores de 40)) reduciría el gasto en *la ordenación del territorio y el urbanismo*, un 57% lo mantendría y un 9% lo aumentaría.



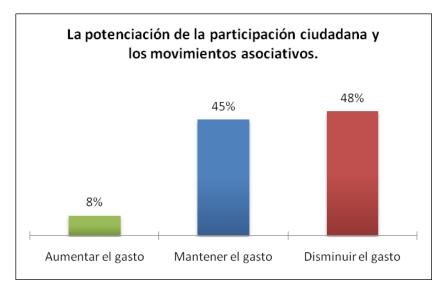
El gasto en *instalaciones deportivas* debe disminuirse según el 35% de los ciudadanos, mantenerse según el 58% y aumentarse según el 8%.



Los dos servicios que mayor recorte presupuestario deben de recibir, a criterio de los ciudadanos, son *la potenciación de la* 

participación ciudadana y los movimientos asociativos (48%) y la organización de fiestas y actividades recreativas (67%), considerando un 45% y un 28%, respectivamente, que se deben mantener, y tan solo un 8% y un 5% los aumentarían. El 72% de los mayores de 39 años y el 62% de los menores de 40, y el 61% de las mujeres y el 73% de los hombres, creen que se debe disminuir el gasto en fiestas y actividades recreativas, y el 34% de las mujeres y el 22% de los hombres, que se debe mantener.









## **APARTADO III**

# EVOLUCIÓN EN TEMAS DE CONSUMO

# EVOLUCIÓN EN TEMAS DE CONSUMO

En líneas generales, los castellanomanchegos creen que la evolución de los temas relacionados con el consumo en su Comunidad ha sido muy favorable.

Más de un 80% de los ciudadanos cree: que las nuevas tecnologías han favorecido que cada vez haya más intentos de fraudes y engaños (83%), que los consumidores estamos ahora mejor informados y conocemos mejor nuestros derechos (82%) y que los consumidores tenemos más Oficinas y medios para presentar reclamaciones o recibir información (80%).

Que los consumidores tienen más probabilidades de que se les haga caso en sus reclamaciones es pensado por un 73% de los ciudadanos, y un 72% cree que cada vez estamos más concienciados y se le exige a la Administración que defienda sus derechos.

Por encima del 50% se encuentran los ciudadanos los medios de que creen que: comunicación (60%) y las Administraciones Públicas (51%) prestan cada vez más atención a los temas

Ш

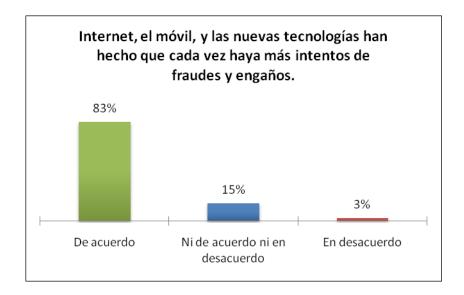
que tienen que ver con el consumo y los derechos de los consumidores.

Un 45% (54% de las mujeres y un 36% de los hombres) cree que su Ayuntamiento se preocupa más por los temas de consumo y por defender los derechos de los consumidores, y el 44% que las empresas respetan más los derechos de los consumidores, por temor a que se presenten reclamaciones contra ellas.

Una vez analizados, en los dos apartados anteriores, los resultados obtenidos en el estudio sobre los conocimientos, la importancia y las creencias y expectativas de los castellanomanchegos respecto del Servicio de Consumo y la Administración, y de los contactos, que éstos han tenido, con las Oficinas de Consumo y su grado de satisfacción con las mismas, y el nivel de importancia y preferencia en el gasto del Servicio de Consumo con respecto al resto de los servicios; en el presente apartado vamos a reflejar cuál ha sido la evolución, a criterio de los ciudadanos, en Castilla-La Mancha, en temas de consumo, en los últimos años, después del trabajo realizado durante los mismos.

Para la obtención de esta información se les ha planteado una serie de cuestiones a los entrevistados, a las cuales podían responder: de acuerdo, ni de acuerdo ni en desacuerdo y en desacuerdo.

Un porcentaje muy alto de ciudadanos (83%) cree que *internet, el móvil y las nuevas tecnologías han hecho que cada vez haya más intentos de fraude y engaños*, un 15% no tiene opinión creada y tan solamente un 3% no lo piensa.



Que *los consumidores están ahora mejor informados y conocen mejor sus derechos* es una idea compartida por el 82% de los ciudadanos, un 16% no supo que contestar y un 2% estuvo en desacuerdo con ello.



Una gran cantidad de ciudadanos (80%) piensa que *los* consumidores tienen más Oficinas y medios para presentar reclamaciones o recibir información, un 18% no tiene una opinión creada al respecto y tan solo un 2% no está de acuerdo con ello.



Los consumidores tienen más probabilidades de que les hagan caso en las reclamaciones según un 73% de los ciudadanos, un 5% cree que eso no es cierto y un 23% no supo que contestar.



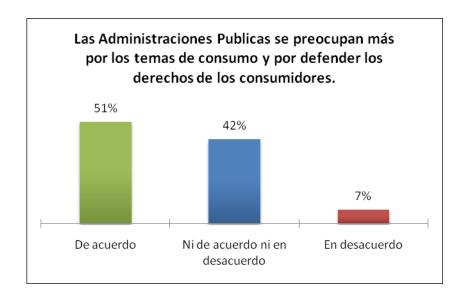
Para un 72% de los ciudadanos *los consumidores, cada vez* están más concienciados y exigen a la Administración que defiendan sus derechos, un 25% no tiene una opinión creada y un 3% no estuvo de acuerdo con ello.



Los medios de comunicación prestan cada vez más atención a los temas que tienen que ver con el consumo y los derechos de los consumidores, según un 60% (el 66% de las mujeres y el 54% de los hombres, y el 56% de los mayores de 39 años y el 64% de los menores de 40) de los ciudadanos, un 34% no supo qué contestar y un 6% está de acuerdo con ese enunciado.



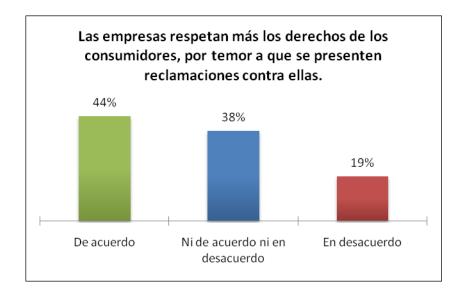
El 51% (el 55% de las mujeres y el 47% de los hombres) de los ciudadanos cree que *las Administraciones Públicas se preocupan más por los temas de consumo y por defender los derechos de los consumidores*, un 42% no tiene claro si eso es cierto y un 7% está en desacuerdo con ello.



Que sus Ayuntamientos se preocupan más por los temas de consumo y por defender los derechos de los consumidores es una opinión compartida por el 45% (el 54% de las mujeres y el 36% de los hombres) de los ciudadanos, un 46% no tienen un criterio claro al respecto, y un 9% cree que eso no es cierto.



Un 44% de los ciudadanos cree *que las empresas respetan más los derechos de los consumidores, por temor a que se presenten reclamaciones contra ellas*, un 38% no supo que contestar y un 19% no compartían esa opinión.



## **APARTADO IV**

# PARTICIPACIÓN CIUDADANA EN TEMAS DE CONSUMO

# PARTICIPACIÓN CIUDADANA EN TEMAS DE CONSUMO

Las actividades relacionadas con temas de consumo en la que mayor número de ciudadanos participan son las charlas y actividades informativas (19%) y los cursos y actividades formativas (16%) sobre temas de consumo organizadas por las Oficinas de Consumo en su localidad.

Otras actividades en las que el grado de participación es menor, pero el interés por hacerlo es alto son: actividades o acciones colectivas, solidarias o para reivindicar los derechos como consumidores (48% (57% de mujeres y un 39% de hombres)), en organizaciones de comercio justo (42% (un 49% de mujeres y un 36% de hombres)), en organizaciones ecologistas o medioambientales (42%) y como socios de Asociaciones de Consumidores (32%).

Las dos actividades en la que mayor número de ciudadanos no tiene interés en participar son: como cargos directivos o de responsabilidad en Asociaciones de Consumidores (74%) y como representante de los consumidores en su ayuntamiento (72%).

En este apartado vamos a tratar las actividades relacionadas con el consumo en la que los castellanomanchegos participan o tienen interés en participar.

Para todo ello se plantearon, a los encuestados, ocho enunciados sobre posibles organizaciones o actividades, en las cuales podían participar. Las posibles respuestas eran: participa, no participa pero le interesaría participar, no tiene interés en participar.

La actividad relacionada con el consumo en la que mayor número de ciudadanos participa (19%) es en *charlas y actividades informativas organizadas por las Oficinas de Consumo en su localidad*, un 54% dijo que no participa en ellas pero le interesaría hacerlo y un 27% (el 22% de las mujeres y el 32% de los hombres) que no tiene ningún interés en participar en ellas.



La segunda actividad con mayor participación (16% (el 20% de los mayores de 39 años y el 12% de los menores de 40)) son los cursos y actividades formativas sobre temas de consumo organizadas por la Oficinas de su localidad, en los mismos está interesado en participar, aunque no lo ha hecho de momento, un

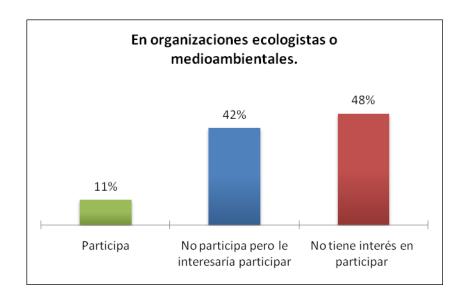
55% (el 60% de las mujeres y el 50% de los hombres), y no tiene interés en participar un 29% (el 35% de los hombres y el 23% de las mujeres).



Hay un 48% (el 57% de las mujeres y el 39% de los hombres) de ciudadanos que no ha participado en *actividades o acciones colectivas, solidarias o para reivindicar los derechos como consumidores*, pero le interesaría hacerlo, un 9% participa en ellas, y un 43% (el 52% de los hombres y el 35% de las mujeres) no tiene interés en hacerlo.



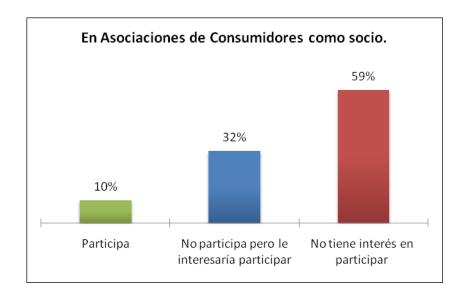
Aunque hay un 48% de encuestados que no está interesado en participar en *organizaciones ecologistas o medioambientales*, un 11% ya participa en ellas, y un 42% no participa, pero le gustaría hacerlo.



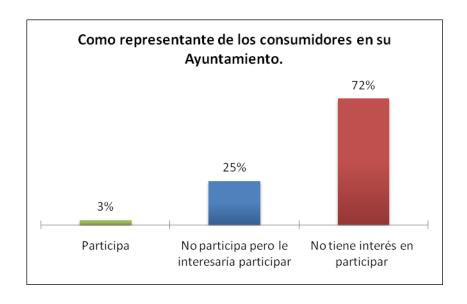
En *organizaciones de comercio justo* participa el 7% de los ciudadanos, está interesado en hacerlo, aunque no lo ha hecho hasta ahora, un 42% (el 46% de los menores de 40 años y el 39% de los mayores de 39, y el 49% de las mujeres y el 36% de los hombres), y no lo está el 50% (el 56% de los hombres y el 44% de las mujeres).



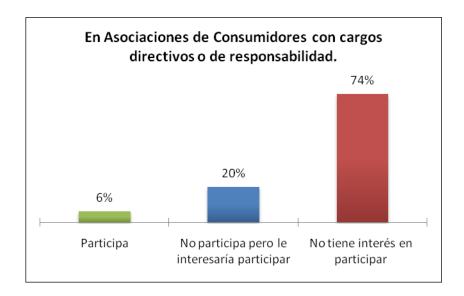
El 10% de los castellanomanchegos son *socios de Asociaciones de Consumidores*, a un 32% le gustaría serlo y un 59% (el 64% de los menores de 40 y el 54% de los mayores de 39) no tiene ningún interés en ello.



La actividad relacionada con el consumo en la que hay un menor número de participantes (3%) es la de *representante de los consumidores en su Ayuntamiento*, un 25% no lo es, pero le gustaría serlo, y un 72% no tiene ningún interés en serlo.



La actividad relacionada con el consumo en la que hay un mayor número de ciudadanos (74%) que no tienen ningún interés en participar, es la de *tener un cargo de directivo o de responsabilidad en Asociaciones de Consumidores*, un 20% no participa pero lo gustaría participar y un 6% ya participa en ella.



# APARTADO V RESUMEN

Este estudio ha estado basado en las respuestas de 505 consumidores (246 hombres y 259 mujeres) de entre 18 y 84 años de edad, residentes en las cinco provincias de Castilla-La Mancha, a un amplio cuestionario sobre sus perspectivas y expectativas como consumidores.

## 1. IMPORTANCIA DE LOS SERVICIOS DE CONSUMO PARA LOS CIUDADANOS.

Los datos del Estudio han puesto claramente de manifiesto la gran importancia que tienen los servicios de consumo para los ciudadanos de Castilla-La Mancha. La práctica totalidad de ellos (99%) considera que es importante o muy importante disponer de Oficinas Públicas dónde poder presentar reclamaciones o quejas. El mismo porcentaje considera de la máxima importancia que quienes les atienden en las Oficinas de Consumo tengan la preparación técnica adecuada y también que la Administración se preocupe por evitar los posibles fraudes o estafas que pueden sufrir los consumidores. Incluso se llega a total unanimidad respecto a la importancia de que quiénes trabajan en las Oficinas de Consumo sepan atender y ayudar al consumidor adecuadamente.

En el mismo sentido casi todos los ciudadanos de Castilla-La Mancha (98%) creen que es importante o muy importante que la Administración tenga en cuenta las opiniones y los intereses de los consumidores en sus políticas, así como que la Junta de Comunidades se preocupe especialmente por los temas de consumo y por defender los derechos de los consumidores.

El mismo altísimo porcentaje (98%) cree que es importante o muy importante que la Administración destine a las Oficinas de Consumo el presupuesto necesario para que puedan atender correctamente a los consumidores, y también que las Oficinas de Consumo tengan un horario de atención, y un personal suficientemente formado, para dedicar el tiempo necesario a cada consumidor. También considera la práctica totalidad (97%) que los Ayuntamientos deben dar la máxima importancia a los temas de consumo y a la defensa de los intereses de los consumidores.

Por otro lado un 94% de los ciudadanos considera que es importante o muy importante que exista un teléfono permanente de Atención al Consumidor.

El porcentaje de los ciudadanos que cree que es importante o muy importante que se constituyan en los municipios los Consejos locales de consumo, con participación de Asociaciones de Consumidores y empresarios es también elevado, aunque algo menor que en los casos anteriores (84%).

Finalmente, señalar que sólo el 5% de los ciudadanos no incluye la defensa de los derechos de los consumidores entre las principales preocupaciones que creen deben tener los responsables públicos.

## 2. CONOCIMIENTO Y VALORACIÓN DE LOS SERVICIOS DE CONSUMO

Otra de las conclusiones que más claramente se desprenden de las respuestas de los consumidores, es el alto nivel de conocimiento y valoración de las Oficinas Municipales de Información al Consumidor (OMIC) de Castilla-La Mancha. Sólo el 16% desconoce su ubicación (un 6% menos que hace dos años). La mayoría (52%) conoce bien sus funciones, que sólo el 6% desconoce totalmente. Este dato supone que en los últimos dos años se ha incrementado en 11 puntos el porcentaje de ciudadanos que conoce bien las funciones y servicios que prestan las OMIC.

Ese alto nivel de confianza en las OMIC se pone también de manifiesto en el hecho de que el 70% de los ciudadanos de Castilla-La Mancha esté seguro de que si presentan una queja o reclamación en una Oficina de Consumo se van a preocupar por defender sus derechos (sólo el 6% manifestó expresa desconfianza al respecto). Este dato supone que el nivel de confianza en las OMIC ha aumentado trece puntos en los últimos dos años. Sin duda, este aumento de valoración está relacionado con el hecho de que casi dos tercios de los ciudadanos (64%) han tenido ya contacto con alguna Oficina de Consumo de Castilla-La Mancha para solicitar información o presentar alguna queja o reclamación como consumidores o usuarios.

Estos consumidores, que han tenido ya contacto con alguna OMIC, expresan una valoración general alta (3,83 de una escala entre 0 y 5) de la atención recibida. Concretando los diversos aspectos de esta atención lo más valorado ha sido la amabilidad y trato con el que habían sido atendidos (4,08), la preparación técnica de la persona que les ha atendido (4,02), la calidad de la información facilitada o de la atención recibida (3,97), el tiempo de espera hasta ser atendidos (3,73) y la forma en la que había sido resuelto el tema por el que

habían asistido a pedir información o poner una reclamación (3,57). Lo menos valorado ha sido la imagen de la Oficina, es decir su aspecto, ubicación, mobiliario, dimensiones, etc. (3,42).

También se confirma esta valoración positiva de las Oficinas Municipales de Consumo en el dato de que solamente el 4% de los ciudadanos no aconsejaría a un familiar o amigo que, si tuviera un problema como consumidor, acudiera a una Oficina de Consumo, y un porcentaje aún menor (3%) no considera a las Oficinas de Consumo un servicio público fundamental para los ciudadanos. En consonancia con todo lo anterior, solamente el 6% de los ciudadanos considera que no está muy bien empleado el dinero que la Administración gasta para mantener las Oficinas de Consumo.

El conocimiento que los ciudadanos tienen de las Asociaciones de Consumidores es muy apreciable, pero claramente inferior al de las OMIC. Su ubicación y los procedimientos para contactar con ellas son conocidos por el 48% de los consumidores, y sus funciones y servicios también son conocidas por el 39%, frente al 48% que las conoce poco o nada y al 13% que las desconoce totalmente.

# 3. VALORACIÓN CIUDADANA DEL FUNCIONAMIENTO E IMPORTANCIA DE LOS SERVICIOS DE CONSUMO EN RELACIÓN CON OTROS SERVICIOS PÚBLICOS.

Al comparar las importancia relativa que, para los ciudadanos, tienen los servicios de consumo, frente a otros servicios públicos municipales, las respuestas de los consumidores muestran que, en su valoración, tiene una importancia igual o superior a la mayoría de los servicios municipales, solo superados por los de sanidad, seguridad ciudadana, educación y servicios sociales. Así para la mayoría de los ciudadanos los servicios de consumo tienen una importancia igual o superior a la potenciación de la participación ciudadana (87%), las actividades culturales (78%), las instalaciones deportivas (78%),el urbanismo (75%), la limpieza mantenimiento de los espacios públicos (74%), el alumbrado y mantenimiento de aceras y calzadas (69%), y estaría por encima de la importancia de la organización de fiestas o de actividades recreativas (83%).

Los cuatro servicios públicos que estarían considerados por la mayoría como más importantes que los de consumo serían, de mayor a menor relevancia, los sanitarios, (77,6%), los de seguridad

ciudadana (61,8%), los educativos (57,4%) y los servicios sociales (53,5%).

Al preguntar a los ciudadanos, en el actual contexto de crisis económica y reducción de los presupuestos de las Administraciones Públicas, respecto a los Servicios Públicos en los que consideran que se podría disminuir, mantener o aumentar el gasto publico, los Servicios de Consumo aparecen entre los que los ciudadanos consideran más prioritarios para mantener o aumentar el presupuesto, aún en la actual situación de austeridad en las cuentas públicas. Así, la inmensa mayoría (94%) considera que debe aumentarse o mantenerse en las partidas destinadas a la prevención de los fraudes o engaños a los consumidores, las Inspecciones relacionadas con el consumo y la salud pública (94%) y la atención a las reclamaciones y quejas de los consumidores (92%).

Esta prioridad que los ciudadanos otorgan a los temas de consumo, a la hora de destinar el dinero público, solamente es superada por los cuatro servicios públicos ya señalados: los servicios sanitarios que consideran que debe mantenerse o aumentarse el 98%, los de seguridad ciudadana (los mantendrían o aumentarían también el 98%), y los gastos en educación o servicios sociales (los mantendrían o aumentarían el 95%). En cambio es menor, que en el caso de los servicios de consumo, el porcentaje de ciudadanos que aumentaría el gasto o mantendría el gasto de limpieza y mantenimiento de los espacios públicos (86%), alumbrado público (80%), ordenación del territorio (67%), instalaciones deportivas (65%), actividades culturales (64%), potenciación de la participación ciudadana y los movimientos asociativos (52%) y organización de fiestas y actividades recreativas (33%).

Respecto a las opiniones de los ciudadanos sobre el funcionamiento de las Oficinas de Consumo, el análisis de éstas en su conjunto, muestra que consideran que este servicio funciona igual o mejor que los otros servicios que ofrecen sus municipios. Así, aunque la mayoría opina que su funcionamiento es similar (61%), el porcentaje de los que opinan que el funcionamiento de las OMIC es mejor que el del resto de servicios municipales (26%), es más del doble de los que opinan lo contrario (12%). Si se hace comparación con otras OMIC de fuera de Castilla-La Mancha, un 19% piensa que las OMIC de Castilla-La Mancha funcionan mejor, un 67% cree que no hay diferencia y un 15% considera que son mejores los de otras comunidades autónomas.

#### 4. PERCEPCIÓN DE LOS CIUDADANOS DE CASTILLA-LA MANCHA RESPECTO A SU SITUACIÓN COMO CONSUMIDORES

La mayoría de los consumidores de Castilla-La Mancha cree que su situación, como tales, ha mejorado respecto a la que se encontraban hace años. Creen que ahora están mejor informados y conocen mejor sus derechos (82%) y tienen más Oficinas y medios para presentar reclamaciones o recibir información, (80%). El 73% considera que ahora tienen más probabilidades de que les hagan caso en las reclamaciones (73%), que como consumidores cada vez están más concienciados y exigen más a la Administración que defiendan sus derechos (72%).

También cree la mayoría que los medios de comunicación prestan ahora más atención a todo lo que tiene que ver con el consumo y los derechos de los consumidores (60%), y que las Administraciones Públicas se preocupan más por estos temas (51%). En cambio las opiniones de los consumidores son menos claras respecto a la cuestión de si los Ayuntamientos se preocupan más que hace años por los temas de consumo y por defender los derechos de los consumidores (el 45% de los ciudadanos cree que sí, un 46% duda al respecto, y un 9% cree que no).

En el lado negativo, respecto a la evolución de la situación de los consumidores, un porcentaje muy alto de ciudadanos (83%) cree que en el momento actual Internet, el móvil y las nuevas tecnologías han hecho que cada vez haya más intentos de fraude y engaños.

# 5. INTERES DE LOS CIUDADANOS EN LA PARTICIPACIÓN EN ACTIVIDADES Y ORGANIZACIONES DE CONSUMO.

Las respuestas de los ciudadanos muestran el interés de la mayoría en participar en actividades formativas e informativas relacionadas con el consumo. Así, al 54% le gustaría participar en charlas y actividades informativas organizadas por las Oficinas de Consumo en su localidad, al que hay que añadir el 19% que ya lo ha hecho. De la misma forma, el 16% de la población ha participado ya en cursos y actividades formativas sobre temas de consumo organizadas por la Oficinas de su localidad, y un amplio 55% desearía participar en ellas, aunque no lo ha hecho aún.

Algo menor resulta el interés de los ciudadanos, en participar en actividades o acciones colectivas, solidarias o para reivindicar los

derechos como consumidores (un 57% participa o está interesado en participar) y en organizaciones ecologistas o medioambientales (52%).

En lo que los consumidores están relativamente menos interesados en participar es en organizaciones de comercio justo (el 50% participa o está interesado en participar), en Asociaciones de Consumidores como socios (42%) y en la representación de los consumidores en sus Ayuntamientos (27%).

### **ANEXO**

# DATOS DE RESPUESTAS AL CUESTIONARIO Y CUESTIONARIO

#### **RESPUESTAS AL CUESTIONARIO**

## SOBRE PERSPECTIVAS Y EXPECTATIVAS CIUDADANAS EN CONSUMO EN CASTILLA-LA MANCHA

1. Datos del Informante.

Edad	%
Menor de 40 años	46,0
Mayor de 39 años	54,0

Género	%
Hombres	48,8
Mujeres	51,2

2. Provincia en la que reside.

Provincia	%
Toledo	25,9
Ciudad Real	27,9
Albacete	19,6
Cuenca	14,3
Guadalajara	12,3

3. Por favor, indique el nivel de estudios que tiene finalizados, o su equivalente.

Estudios	%
Sin estudios	5,0
Primaria	12,5
ESO	8,9
Bachillerato	18,3
FP	13,3
Diplomado	18,5
Licenciado	23,5

4. ¿Cuál es su situación laboral?

Situación laboral	%
Estudiante	6,2
Parado	11,4
Trabajando	67,9
Pensionista	12,7
Otras	1,8

5. Le rogamos que señale a continuación, marcando una cruz en la casilla correspondiente, hasta que punto conoce (conozco muy bien, conozco bastante, conozco poco y no conozco) las cuestiones que se indican.

	Conozco muy bien	Conozco bastante	Conozco poco	No conozco
La estructura y servicios que presta el Ayuntamiento de su ciudad.	15,3	39,8	42,3	2,6
Sus derechos como usuario de la Administración Pública (como ciudadano ante la Administración).	11,0	40,4	43,6	5,0
Los derechos que tenemos los consumidores.	11,9	37,4	46,7	4,0
Las funciones y servicios que prestan las Oficinas Municipales de Información al Consumidor (OMIC).	17,5	34,7	41,9	6,0
Las funciones y servicios que prestan las Asociaciones de Consumidores.	11,3	28,0	48,2	12,5
La estructura y servicios que presta la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha.	8,8	29,3	48,7	13,2
Los Consejos Locales de Consumo.	6,0	14,6	45,5	33,9
La ubicación de la OMIC de su localidad (o, si en su localidad no hay OMIC, donde está la más cercana a la que puede acudir).	45,8	21,1	17,5	15,5
Como contactar con las Asociaciones de Consumidores de su localidad.	27,4	20,8	28,0	23,8

6. Respecto a los siguientes temas, le rogamos que indique cuáles considera que son para Vd., muy importantes, bastante importantes, poco importantes, o nada importantes.

	Muy importante	'   Importante		Importante		Nada importante
Que la Administración tenga en cuenta las opiniones y los intereses de los consumidores.	69,2	29,0	1,6	0,2		
Que la Junta de Comunidades se preocupe por los temas de consumo y por defender los derechos de los consumidores.	66,9	31,2	1,8	0,2		
Que mi Ayuntamiento se preocupe por los temas de consumo y los derechos de los consumidores.	64,1	32,9	2,8	0,2		
Que los consumidores tengamos una Oficina Pública dónde poder presentar nuestras reclamaciones o quejas.	74,2	25,2	0,4	0,2		
Que quiénes nos atienden en las Oficinas de Consumo tengan la preparación técnica adecuada.	79,5	19,5	0,8	0,2		
Que quiénes trabajan en las Oficinas de Consumo sepan atender y ayudar al consumidor adecuadamente.	81,3	18,3	0,4	0,0		

	Muy importante	Importante	Poco importante	Nada importante
Que las Oficinas de Consumo tengan un horario de atención, y un personal suficientemente formado, para dedicar el tiempo necesario a cada consumidor.	71,2	26,4	2,0	0,4
Que la Administración destine a las Oficinas de Consumo el presupuesto necesario para que puedan atender correctamente a los consumidores.		40,1	2,0	0,2
Que la Administración se preocupe por evitar los posibles fraudes o estafas que podemos sufrir los consumidores.	78,7	19,9	1,0	0,4
Que se constituyan Consejos locales de consumo en los municipios, con participación de Asociaciones de Consumidores, empresarios, etc.	41,2	43,1	13,9	1,8
Que exista un teléfono permanente de Atención al Consumidor.	56,9	37,3	5,0	0,8

# 7. Por favor indique si está de acuerdo o en desacuerdo con los siguientes enunciados. Si no tiene una postura definida puede escoger la opción intermedia (ni de acuerdo, ni en desacuerdo).

	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo
Creo que la Administración Pública se preocupa por defender los derechos de los consumidores.	47,9	39,3	12,8
Si presento una queja o reclamación en una Oficina de Consumo se van a preocupar por defender mis derechos.	70,1	23,9	6,0
Los amigos o conocidos que han ido a una Oficina de Consumo han sido debidamente atendidos.	64,1	28,7	7,2
Sé que mis derechos como consumidor se encuentran protegidos.	47,4	41,6	11,0
En mi relación con el Ayuntamiento/Junta de Comunidades he recibido un trato correcto como ciudadano.	56,9	37,5	5,6
Estoy contento con los servicios y equipamientos de que dispone mi ciudad (parques, alumbrados, pavimentos, seguridad, limpieza, aparcamientos, etc.)	33,0	42,6	24,4
Creo que para los responsables públicos, la defensa de los derechos de los consumidores debería ser una de sus principales preocupaciones.	69,6	25,6	4,8
Creo que la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha se preocupa por los temas de consumo y por defender los derechos de los consumidores.	42,5	47,5	9,9
Creo que mi Ayuntamiento se preocupa por los temas de consumo y por defender los derechos de los consumidores.	39,4	46,6	14,0

8. Le rogamos que indique si alguna vez ha tenido contacto con alguna Oficina de Consumo de Castilla-La Mancha para solicitar información o presentar alguna queja, reclamación como consumidor y usuario.

SI	NO
64,2	35,8

9. Si ha entrado en contacto en alguna ocasión y por cualquier motivo con alguna Oficina de Consumo en Castilla-La Mancha, le rogamos que valore entre 5 y 1 cada una de las siguientes cuestiones.

SERVICIO O ENTIDAD		Valoración de la atención o resultado 5 totalmente satisfecho, 4 muy satisfecho, 3 bastante satisfecho, 2 poco satisfecho, 1 nada satisfecho			
	5	4	3	2	1
El tiempo de espera hasta ser atendido/a.	32,4	24,8	33,0	9,7	2,7
La amabilidad y trato con el que he sido atendido/a.	45,8	26,5	21,1	6,5	1,2
La preparación técnica de la persona que le ha atendido.	45,0	23,7	24,6	6,6	1,8
La calidad de la información facilitada o de la atención recibida.	44,6	23,8	22,6	9,0	2,4
La forma en que ha sido resuelto en tema por el que pedía información o reclamaba.	36,6	23,3	25,9	14,2	9,7
La imagen de la Oficina (aspecto, ubicación, mobiliario, dimensiones, etc.).	17,5	29,2	39,7	13,5	3,7
Satisfacción general del resultado del contacto con la Oficina de Consumo.	38,5	28,9	24,5	8,1	5,3

10. Si ha entrado en contacto en alguna ocasión y por cualquier motivo con alguna Oficina de Consumo en Castilla-La Mancha, indique si, después de su experiencia, está de acuerdo o en desacuerdo con los siguientes enunciados. Si no tiene una postura definida puede escoger la opción intermedia (ni de acuerdo, ni en desacuerdo).

	De acuerdo	Ni acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo
Mi experiencia me ha hecho tener confianza en que seré correctamente atendido en las Oficinas de Consumo.	76,0	16,7	7,3
Si un familiar o amigo tuviera problemas como consumidor, o necesitase información, le aconsejaría acudir a una Oficina de Consumo.	85,4	11,1	3,5
Creo que las Oficinas de Consumo son un servicio público que funciona bien.	69,1	25,1	5,8
Creo que las Oficinas de Consumo son un servicio público que presta una atención fundamental a los ciudadanos.	76,4	20,4	3,2
Creo que el dinero que la Administración gasta para mantener las Oficinas de Consumo está muy bien empleado.	68,8	25,7	5,5

11. Teniendo en cuenta su propia experiencia, la información de que dispone o los comentarios y juicios que haya recibido de otras personas, valore el funcionamiento y servicios que ofrece la Oficina de Consumo (OMIC) de su municipio en relación con otros servicios públicos. Le rogamos que indique si considera que el funcionamiento de su OMIC es mejor, igual o peor que los que se indican.

	La OMIC de su municipio ofrece un servicio mejor	La OMIC de su municipio ofrece un servicio similar	La OMIC de su municipio ofrece un servicio peor
Que los demás servicios de su municipio.	26,5	61,1	12,4
Que otros Servicios de la Administración Pública con los que ha tenido contacto.	29,4	59,0	11,6
Que otras OMIC de fuera de Castilla-La Mancha.	18,7	66,6	14,7

12. En relación con la situación en que se encontraban los consumidores hace años, por favor indique si está de acuerdo o en desacuerdo con los siguientes enunciados. Si no tiene una postura definida puede escoger la opción intermedia (ni de acuerdo, ni en desacuerdo).

	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo
Los consumidores estamos ahora mejor informados y conocemos mejor nuestros derechos.	81,8	16,2	2,0
Los consumidores tenemos más Oficinas y medios para presentar reclamaciones o recibir información.	80,1	18,3	1,6
Los consumidores tenemos más posibilidades de que se nos haga caso en las reclamaciones.	72,6	22,5	4,8
Las empresas respetan más los derechos de los consumidores, por temor a que se presenten reclamaciones contra ellas.	43,7	37,7	18,6
Los medios de comunicación prestan cada vez más atención a los temas que tienen que ver con el consumo y los derechos de los consumidores.	60,1	33,9	6,0
Los consumidores, cada vez más concienciados, exigimos a la Administración que defienda nuestros derechos.	72,1	24,8	3,0
Internet, el móvil, y las nuevas tecnologías han hecho que cada vez haya más intentos de fraudes y engaños.	82,7	14,7	2,6
Las Administraciones Publicas se preocupan más por los temas de consumo y por defender los derechos de los consumidores.	50,9	42,3	6,8
Su Ayuntamiento se preocupa más por los temas de consumo y por defender los derechos de los consumidores.	44,9	45,7	9,4

13. Le rogamos, valore si, con relación a los servicios de consumo (que permiten a los ciudadanos informarse, reclamar, y protegerse frente a fraudes o engaños), considera los siguientes servicios en su municipio, más importantes, igual de importantes o menos importantes, poniendo una cruz en el lugar correspondiente.

	Más importantes	Igual de importantes	Menos importantes
Los servicios sociales.	53,5	42,7	3,8
Las instalaciones deportivas.	21,8	50,4	27,8
Las instalaciones y servicios educativos.	57,4	36,0	6,7
Las actividades culturales.	22,5	54,7	22,7
Los servicios sanitarios.	77,6	18,8	3,6
La limpieza y mantenimiento de los espacios públicos.	26,5	61,2	12,3
La organización de Fiestas y actividades recreativas.	12,7	37,1	50,2
La potenciación de la participación ciudadana y los movimientos asociativos.	12,9	56,1	31,0
La seguridad ciudadana.	61,8	31,4	6,8
El alumbrado y mantenimiento de aceras y calzadas.	31,3	57,2	11,4
La ordenación del territorio y el urbanismo.	25,2	54,1	20,7

14. Teniendo en cuenta que la crisis económica está obligando a los Ayuntamientos y demás Administraciones Públicas a reducir su presupuesto en determinados conceptos, le rogamos que indique su opinión respecto qué partidas se debe, en estos momentos, disminuir el gasto, mantenerlo o incluso aumentarlo.

	Aumentar el gasto	Mantener el gasto	Disminuir el gasto
Los servicios sociales.	36,1	58,5	5,4
Las instalaciones deportivas.	7,8	57,5	34,7
Las instalaciones y servicios educativos.	38,8	56,0	5,2
Las actividades culturales.	13,9	50,1	36,0
Los servicios sanitarios.	65,4	32,4	2,2
La limpieza y mantenimiento de los espacios públicos.	10,8	74,9	14,2
La organización de Fiestas y actividades recreativas.	5,0	27,9	67,1
La potenciación de la participación ciudadana y los movimientos asociativos.	7,6	44,6	47,8
La seguridad ciudadana.	46,0	52,4	1,6
El alumbrado y mantenimiento de aceras y calzadas.	17,7	61,8	20,5
La ordenación del territorio y el urbanismo.	9,3	57,3	33,5
La atención a los consumidores y sus reclamaciones o quejas.	25,2	66,6	8,2
La prevención de los fraudes o engaños a los consumidores.	39,1	54,7	6,2
Las inspecciones relacionadas con el consumo y la salud pública.	38,5	55,1	6,4

15. Respecto a las siguientes actividades u organizaciones, le rogamos que indique en cuáles participa actualmente, en cuáles no participa pero le interesaría participar, y en cuáles no tiene interés en participar.

	Participa	No participa pero le interesaría participar	No tiene interés en participar
Charlas y actividades informativas organizadas por las Oficinas de Consumo en su localidad.	18,9	54,0	27,1
Cursos y actividades formativas sobre temas de consumo organizadas por las Oficinas de su localidad.	16,2	55,0	28,8
En Asociaciones de Consumidores como socio.	9,8	31,7	58,5
En Asociaciones de Consumidores con cargos directivos o de responsabilidad.	6,2	20,2	73,5
Como representante de los consumidores en su Ayuntamiento.	2,6	25,1	72,3
En actividades o acciones colectivas, solidarias o para reivindicar los derechos como consumidores.	8,9	48,1	43,0
En organizaciones de comercio justo.	7,3	42,4	50,3
En organizaciones ecologistas o medioambientales.	10,6	41,6	47,8

Este cuestionario¹ tiene como finalidad la recogida de datos en relación con los consumidores en Castilla-La Mancha, para un estudio que lleva a cabo la Federación de Municipios y Provincias de Castilla-La Mancha, en colaboración con la Dirección General de Consumo de la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha. El tratamiento de los datos se realizará de forma colectiva y éstos en ningún caso se utilizarán para fines distintos del expresado, ni se identificará a las personas que respondan al cuestionario.

Con sus respuestas va a permitir el conocimiento de datos que serán muy importantes para conocer la situación, opiniones y problemas de los consumidores de Castilla-La Mancha y emprender acciones en su beneficio por lo que le estamos muy agradecidos por el tiempo que dedique a cumplimentar este cuestionario.

Le rogamos que señale, marcando una cruz o un número, según proceda, la respuesta que sea cierta en su caso. Cuando se plantean varias opciones no excluyentes, le pedimos que indique todas aquellas que sean ciertas en su caso. Si ve que no puede o no sabe contestar alguna cuestión, puede dejarla en blanco, aunque le rogamos que lo haga en el menor número de respuestas posibles.

#### ¡Muchas gracias por su colaboración!

1.	Datos del I	nformante.					
•	Edad:			☐ Hombre			
•	Localidad de Residencia:					☐ Mujer	
2.	Provincia e	en la que resi	de.				
	Toledo			Cuenca			
	Ciudad Rea	al		☐ Guadal	ajara		
L	Albacete						
3.	Por favor, i	indique el niv	vel de estudi	ios que tiene	e finalizados	s, o su equiva	alente.
	Sin estudios	Educ. Primaria o equivalente	ESO o equivalente	Bachillerato	Formación Profesional	Diplomado Universitario	Licenciado Universitario
4.	⊋Cuál es si	u situación la	aboral?				
	<b>J</b> Estudiante						
_	_	in empleo					
	<ul><li>□ Parado / Sin empleo</li><li>□ Trabajando</li></ul>						
	J Pensionista						
	<b>J</b> Otras situa	ciones (por fav	or, especificai	r):			
		-	-				

<sup>&</sup>lt;sup>1</sup> Este cuestionario ha sido desarrollado específicamente para este Estudio y está protegido por los derechos de propiedad intelectual, por lo que para cualquier otro uso o reproducción debe solicitarse autorización previa.

5. Le rogamos que señale a continuación, marcando una cruz en la casilla correspondiente, hasta que punto conoce (conozco muy bien, conozco bastante, conozco poco y no conozco) las cuestiones que se indican.

	Conozco muy bien	Conozco bastante	Conozco poco	No conozco
La estructura y servicios que presta el Ayuntamiento de su ciudad.	·		_	
Sus derechos como usuario de la Administración Pública (como ciudadano ante la Administración).				
Los derechos que tenemos los consumidores.				
Las funciones y servicios que prestan las Oficinas Municipales de Información al Consumidor (OMIC).				
Las funciones y servicios que prestan las Asociaciones de Consumidores.				
La estructura y servicios que presta la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha.				
Los Consejos Locales de Consumo.				
La ubicación de la OMIC de su localidad (o, si en su localidad no hay OMIC, donde está la más cercana a la que puede acudir).				
Como contactar con las Asociaciones de Consumidores de su localidad.				

6. Respecto a los siguientes temas, le rogamos que indique cuáles considera que son para Vd., muy importantes, bastante importantes, poco importantes, o nada importantes.

	Muy importante	Importante	Poco importante	Nada importante
Que la Administración tenga en cuenta las opiniones y los intereses de los consumidores.				
Que la Junta de Comunidades se preocupe por los temas de consumo y por defender los derechos de				
los consumidores.  Que mi Ayuntamiento se preocupe por los temas de consumo y los derechos de los consumidores.				
Que los consumidores tengamos una Oficina Pública dónde poder presentar nuestras reclamaciones o quejas.				
Que quiénes nos atienden en las Oficinas de Consumo tengan la preparación técnica adecuada.				
Que quiénes trabajan en las Oficinas de Consumo sepan atender y ayudar al consumidor adecuadamente.				
Que las Oficinas de Consumo tengan un horario de atención, y un personal suficientemente formado, para dedicar el tiempo necesario a cada consumidor.				

	Muy importante	Importante	Poco importante	Nada importante
Que la Administración destine a las Oficinas de				
Consumo el presupuesto necesario para que				
puedan atender correctamente a los consumidores.				
Que la Administración se preocupe por evitar los				
posibles fraudes o estafas que podemos sufrir los				
consumidores.				
Que se constituyan Consejos locales de consumo				
en los municipios, con participación de				
Asociaciones de Consumidores, empresarios, etc.				
Que exista un teléfono permanente de Atención al				
Consumidor.				

7. Por favor indique si está de acuerdo o en desacuerdo con los siguientes enunciados. Si no tiene una postura definida puede escoger la opción intermedia (ni de acuerdo, ni en desacuerdo).

	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo
Creo que la Administración Pública se preocupa por defender los derechos de los consumidores.			
Si presento una queja o reclamación en una Oficina de Consumo se van a preocupar por defender mis derechos.			
Los amigos o conocidos que han ido a una Oficina de Consumo han sido debidamente atendidos.			
Sé que mis derechos como consumidor se encuentran protegidos.			
En mi relación con el Ayuntamiento/Junta de Comunidades he recibido un trato correcto como ciudadano.			
Estoy contento con los servicios y equipamientos de que dispone mi ciudad (parques, alumbrados, pavimentos, seguridad, limpieza, aparcamientos, etc.)			
Creo que para los responsables públicos, la defensa de los derechos de los consumidores debería ser una de sus principales preocupaciones.			
Creo que la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha se preocupa por los temas de consumo y por defender los derechos de los consumidores.			
Creo que mi Ayuntamiento se preocupa por los temas de consumo y por defender los derechos de los consumidores.			

	Creo que la Junta de Comunidades de Castilla-La		
	Mancha se preocupa por los temas de consumo y por		
	defender los derechos de los consumidores.		
	Creo que mi Ayuntamiento se preocupa por los temas de consumo y por defender los derechos de los		
	consumidores.		
8.	Le rogamos que indique si alguna vez ha teni Consumo de Castilla-La Mancha para solicitar in		
	reclamación como consumidor y usuario.		9 4
	reclamación como consumidor y usuario.	□NO	
		] NO	

9. Si ha entrado en contacto en alguna ocasión y por cualquier motivo con alguna Oficina de Consumo en Castilla-La Mancha, le rogamos que valore entre 5 y 1 cada una de las siguientes cuestiones.

SERVICIO O ENTIDAD	Valoración de la atención o resultado 5 totalmente satisfecho, 4 muy satisfecho, 3 bastante satisfecho, 2 poco satisfecho, 1 nada satisfecho
El tiempo de espera hasta ser atendido/a.	
La amabilidad y trato con el que he sido atendido/a.	
La preparación técnica de la persona que le ha atendido.	
La calidad de la información facilitada o de la atención recibida.	
La forma en que ha sido resuelto en tema por el que pedía información o reclamaba.	
La imagen de la Oficina (aspecto, ubicación, mobiliario, dimensiones, etc.).	
Satisfacción general del resultado del contacto con la Oficina de Consumo.	

10. Si ha entrado en contacto en alguna ocasión y por cualquier motivo con alguna Oficina de Consumo en Castilla-La Mancha, indique si, después de su experiencia, está de acuerdo o en desacuerdo con los siguientes enunciados. Si no tiene una postura definida puede escoger la opción intermedia (ni de acuerdo, ni en desacuerdo).

	De acuerdo	Ni acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo
Mi experiencia me ha hecho tener confianza en que seré correctamente atendido en las Oficinas de Consumo.			
Si un familiar o amigo tuviera problemas como consumidor, o necesitase información, le aconsejaría acudir a una Oficina de Consumo.			
Creo que las Oficinas de Consumo son un servicio público que funciona bien.			
Creo que las Oficinas de Consumo son un servicio público que presta una atención fundamental a los ciudadanos.			
Creo que el dinero que la Administración gasta para mantener las Oficinas de Consumo está muy bien empleado.			

11. Teniendo en cuenta su propia experiencia, la información de que dispone o los comentarios y juicios que haya recibido de otras personas, <u>valore el funcionamiento</u> <u>y servicios que ofrece la Oficina de Consumo (OMIC) de su municipio</u> en relación con otros servicios públicos. Le rogamos que indique si considera que el funcionamiento de su OMIC es *mejor*, *igual o peor* que los que se indican.

	La OMIC de su municipio ofrece un servicio mejor	La OMIC de su municipio ofrece un servicio similar	La OMIC de su municipio ofrece un servicio peor
Que los demás servicios de su municipio.			
Que otros Servicios de la Administración Pública con los que ha tenido contacto.			
Que otras OMIC de fuera de Castilla-La Mancha.			

12. En relación con la situación en que se encontraban los consumidores hace años, por favor indique si está de acuerdo o en desacuerdo con los siguientes enunciados. Si no tiene una postura definida puede escoger la opción intermedia (ni de acuerdo, ni en desacuerdo).

	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo
Los consumidores estamos ahora mejor informados y conocemos mejor nuestros derechos.			
Los consumidores tenemos más Oficinas y medios para presentar reclamaciones o recibir información.			
Los consumidores tenemos más posibilidades de que se nos haga caso en las reclamaciones.			
Las empresas respetan más los derechos de los consumidores, por temor a que se presenten reclamaciones contra ellas.			
Los medios de comunicación prestan cada vez más atención a los temas que tienen que ver con el consumo y los derechos de los consumidores.			
Los consumidores, cada vez más concienciados, exigimos a la Administración que defienda nuestros derechos.			
Internet, el móvil, y las nuevas tecnologías han hecho que cada vez haya más intentos de fraudes y engaños.			
Las Administraciones Publicas se preocupan más por los temas de consumo y por defender los derechos de los consumidores.			
Su Ayuntamiento se preocupa más por los temas de consumo y por defender los derechos de los consumidores.			

13. Le rogamos, valore si, con relación a los servicios de consumo (que permiten a los ciudadanos informarse, reclamar, y protegerse frente a fraudes o engaños), considera los siguientes servicios en su municipio, más importantes, igual de importantes o menos importantes, poniendo una cruz en el lugar correspondiente.

	Más importantes	Igual de importantes	Menos importantes
Los servicios sociales.			
Las instalaciones deportivas.			
Las instalaciones y servicios educativos.			
Las actividades culturales.			
Los servicios sanitarios.			
La limpieza y mantenimiento de los espacios públicos.			
La organización de Fiestas y actividades recreativas.			
La potenciación de la participación ciudadana y los movimientos asociativos.			
La seguridad ciudadana.			
El alumbrado y mantenimiento de aceras y calzadas.			
La ordenación del territorio y el urbanismo.			

14. Teniendo en cuenta que la crisis económica está obligando a los Ayuntamientos y demás Administraciones Públicas a reducir su presupuesto en determinados conceptos, le rogamos que indique su opinión respecto qué partidas se debe, en estos momentos, disminuir el gasto, mantenerlo o incluso aumentarlo.

	Aumentar el gasto	Mantener el gasto	Disminuir el gasto
Los servicios sociales.			
Las instalaciones deportivas.			
Las instalaciones y servicios educativos.			
Las actividades culturales.			
Los servicios sanitarios.			
La limpieza y mantenimiento de los espacios públicos.			
La organización de Fiestas y actividades recreativas.			
La potenciación de la participación ciudadana y los movimientos asociativos.			
La seguridad ciudadana.			
El alumbrado y mantenimiento de aceras y calzadas.			
La ordenación del territorio y el urbanismo.			
La atención a los consumidores y sus reclamaciones o			
quejas.			
La prevención de los fraudes o engaños a los consumidores.			
Las inspecciones relacionadas con el consumo y la salud pública.			_

15. Respecto a las siguientes actividades u organizaciones, le rogamos que indique en cuáles participa actualmente, en cuáles no participa pero le interesaría participar, y en cuáles no tiene interés en participar.

	Participa	No participa pero le interesaría participar	No tiene interés en participar
Charlas y actividades informativas organizadas por las Oficinas de Consumo en su localidad.			
Cursos y actividades formativas sobre temas de consumo organizadas por las Oficinas de su localidad.			
En Asociaciones de Consumidores como socio.			
En Asociaciones de Consumidores con cargos directivos o de responsabilidad.			
Como representante de los consumidores en su Ayuntamiento.			
En actividades o acciones colectivas, solidarias o para reivindicar los derechos como consumidores.			
En organizaciones de comercio justo.			
En organizaciones ecologistas o medioambientales.			

A CUMPLIMENTAR POR EL COLABORADOR/ENCUESTADOR
- Nombre del colaborador:  - Fecha de la realización del cuestionario:
¡Muchas Gracias por su colaboración!