

# **Estudio ADICAE Extremadura**

## ***“Los consumidores ante los grandes sectores del consumo en Extremadura”***

### ***Percepciones sobre los principales problemas y abusos y sobre la reacción y organización de los consumidores en la región***

ADICAE Extremadura ha analizado este 2014, a través de una encuesta realizada entre un total de 547 consumidores de la Comunidad Autónoma de Extremadura, cuáles son los subsectores económicos que les causan mayores problemas en el ámbito del consumo, y cuál es la visión de los consumidores acerca de la capacidad y las posibilidades que tienen esos consumidores a la hora de hacer valer sus derechos.

La encuesta tiene dos partes: una primera general, que evalúa los principales abusos en materia de consumo, y que detecta que los servicios financieros, los seguros, la electricidad y la telefonía aparecen como las materias más problemáticas para los consumidores.

Una segunda parte evalúa las posibilidades de los consumidores de luchar por sus derechos y cómo ven el papel de las asociaciones de consumidores en este sentido, permitiendo el conjunto apuntar hacia una breve radiografía y un realista mapa de la situación actual de los consumidores, sus inquietudes y reivindicaciones y, sobre todo, señalar hasta qué punto sigue siendo necesario conformar una conciencia colectiva crítica y solidaria ante los abusos que las grandes empresas y bancos continúan perpetrando sobre una población empobrecida.

## **Resumen ejecutivo**

Se ofrece a continuación un resumen de las cuestiones más destacadas que se han obtenido del estudio.

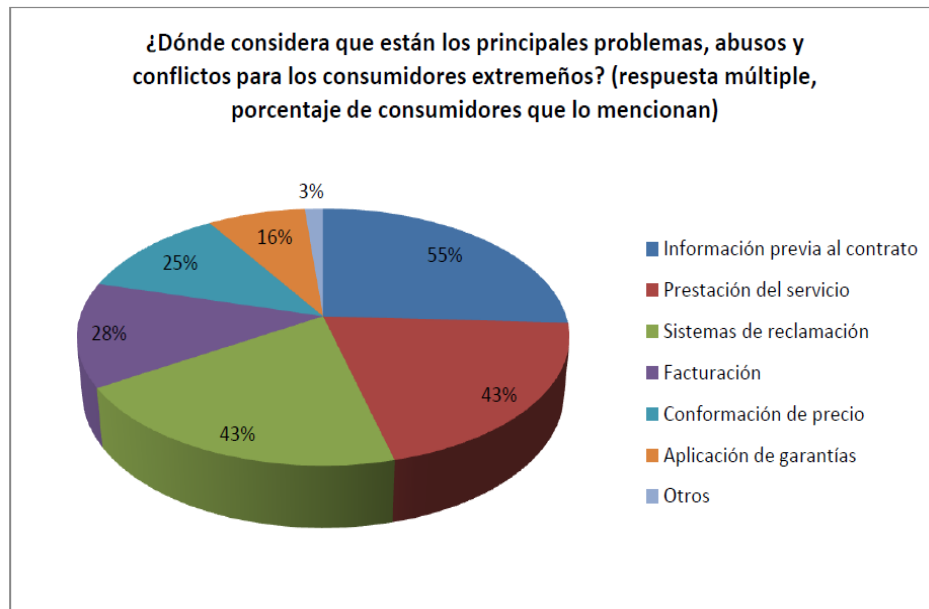
### **Parte I.**

#### **Los consumidores extremeños frente a los abusos en los grandes temas de consumo**

La primera cuestión que se lo solicitaba a los consumidores era que nombrasen los tres mayores abusos a los que se enfrentan. Las respuestas, de opción múltiple, marcan un panorama en el que más de la mitad de los encuestados señala que la información previa al contrato les genera problemas, y casi la mitad de los mismos habla por igual de abusos en la propia prestación del servicio y en los sistemas de reclamación. Facturación y precio también son señalados.

## Falta de información al contratar, prestaciones defectuosas de servicio, y el funcionamiento de los sistemas de reclamación, los principales problemas para los consumidores extremeños

Los consumidores extremeños denuncian que el principal abuso de consumo es la **falta de información al contratar (55%** de los encuestados lo menciona), las **prestaciones defectuosas de servicio (43%** de respuestas) y los **defectuosos sistemas de reclamación de las empresas (43%** de las respuestas).



Como la posibilidad de respuesta es múltiple (se podían marcar hasta tres problemas) cada consumidor muestra un panorama poco optimista. Abusos en la información, en el servicio y en la facturación fueron marcados a la vez por un número importante de consumidores, lo que implica que todo el proceso de comercialización de bienes y servicios de primera necesidad como los bancarios, la luz o la telefonía aparecen viciados casi en su totalidad.

Por tanto, una primera conclusión es que el **consumidor extremeño** empieza a ser un consumidor crítico que **demanda más información, mejores servicios y cauces más adecuados para reclamar** ante los abusos.

## La energía y las telecomunicaciones, los sectores de consumo más problemáticos para 9 de cada 10 extremeños.

*El 57% de los encuestados afirma que la energía es el sector con mayor nivel de abusos mientras que un 37% cree que es el sector de telecomunicaciones.*

*Además, estos dos sectores también son los que acumulan mayor respuestas como segundo sector con más abusos.*

La encuesta pone a los consumidores en la tesitura de comparar el nivel de abuso y problemas que detectan en cuatro subsectores de gran consumo general: energía (luz, gas), telefonía e internet, transportes y gran distribución (superficies comerciales). Se trata de ordenar de 1 a 4 su mayor 'conflictividad', siendo 1 el sector que más

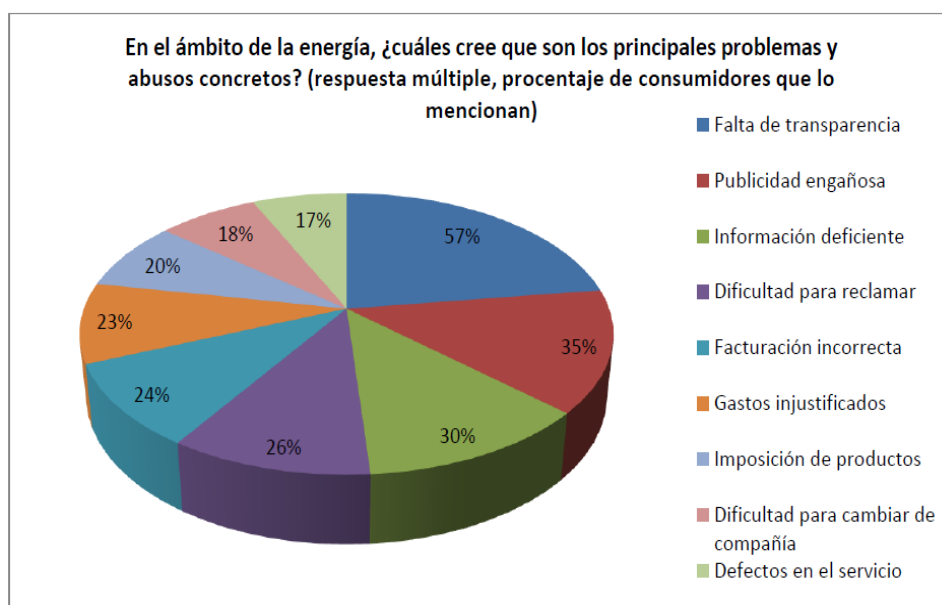
problemas genera, y 4 el que menos. Las respuestas son bien clarificadoras; energía y telefonía se reparten, casi a partes iguales, las peores calificaciones, 1 y 2.

Así, el 57% de los encuestados cree que la luz es el subsector más abusivo, y otro 37% lo señala como el segundo. Mientras, el 37% de los consumidores confirma a la telefonía como el más problemático, y un 48% lo sitúa en segundo lugar. En conjunto, para nueve de cada diez encuestados estos dos son los sectores de consumo masivo que ocasionan mayores problemas entre los consumidores.

El sector del transporte es marcado por un 63% de los encuestados como el tercero más problemático, y el de la gran distribución obtendría los mejores resultados; apenas un 10% lo sitúa en primer lugar como el más abusivo.

### Un sector energético poco transparente y sin información adecuada para el consumidor.

*La falta de transparencia en las tarifas que se aplican es el principal problema que señalan los extremeños con un 57% de repuestas dadas a esta cuestión, lo que unido a que el 30% indica que falta información sobre consumo y tarifas pone de manifiesto un sector energético poco transparente que ofrece poca información a los consumidores.*



También con respuesta múltiple, los consumidores fueron preguntados acerca de su percepción sobre los problemas más habituales, repetidos y principales en el ámbito de la **electricidad** y de la **telefonía**.

**Publicidad engañosa y falta de transparencia en las tarifas y los precios** aparecen mencionadas con altos porcentajes en ambos subsectores, así como **facturación incorrecta y gastos injustificados**. Con porcentajes altos y, además, muy similares en ambos subsectores, lo cual es señal de un panorama similar tanto en energía como en telecomunicaciones.

## Cerca de la mitad de los encuestados señaló problemas en la facturación o gastos injustificados como problemas recurrentes en la electricidad.

La deficiente información del servicio o la publicidad engañosa fueron mencionadas por casi dos tercios de los consumidores. Y **la dificultad para presentar reclamaciones es señalada por un 29% de los encuestados**. Con todo, el abuso más detectado por los consumidores es la falta de transparencia en las tarifas y precios.

### Deficientes mecanismos de reclamación (41%) y publicidad engañosa (40%) lideran los abusos y problemas que los extremeños perciben en las telecomunicaciones

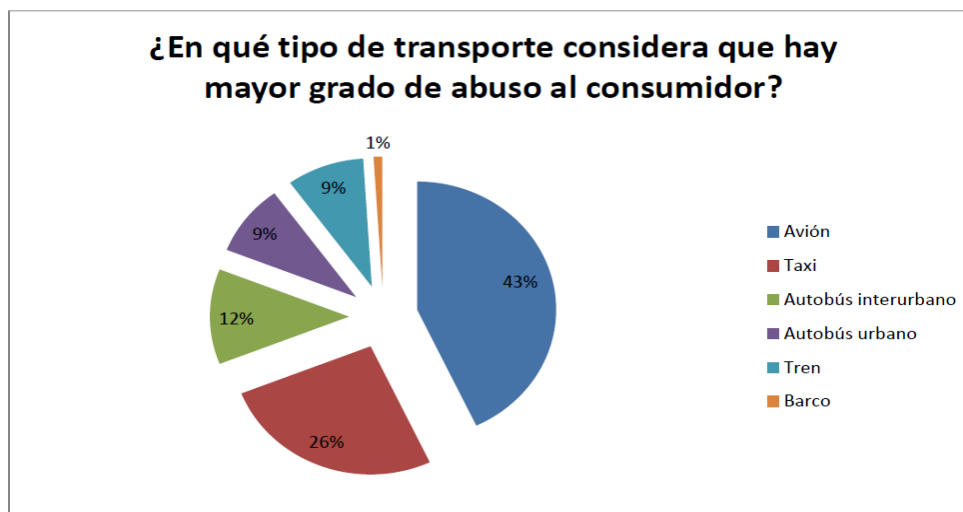
*En el sector de la telefonía se detectan problemas similares como el de la publicidad engañosa o insuficiente información sobre el consumo que menciona el 57% de los encuestados a lo que se une el 29% que indica la imposición de penalizaciones abusivas como problema añadido.*

En el ámbito de la **telefonía** nuevamente la facturación incorrecta o los gastos injustificados son señalados por casi la mitad de los encuestados, a los que se suma otro 29% que marca específicamente “imposición de penalizaciones no pactadas o abusivas”.

Un 57% habla de publicidad engañosa (40%) o deficiente información sobre consumo o servicio (17%) y un 41% observa dificultades a la hora de presentar y resolver reclamaciones. En suma, similares prácticas abusivas y de falta de transparencia apuntan a eléctricas y a telefónicas.

### El avión y los taxis, los medios de transporte que más preocupan a los extremeños.

*Problemas como los retrasos, el overbooking y las pérdidas y deterioro de equipajes son señalados por más del 80% de los consumidores como los más habituales. El consumidor extremeño reclama además métodos más ágiles y eficaces para reclamar.*



La siguiente pregunta aborda aquellos tipos de **transporte** que aparecen como más proclives al abuso y a los problemas hacia los consumidores. El avión se lleva la palma, con un 43% de las respuestas, en este caso una sola respuesta. Retrasos y problemas con compañías de bajo coste pueden estar detrás de este resultado. El taxi es el segundo tipo más mencionado, con un 26% de las respuestas. Cabe señalar que el transporte colectivo de viajeros por carretera, bus y tren, acumula apenas un 20% de las respuestas.

Estos resultados se trasladan a la siguiente pregunta, en la que se analizan los principales abusos que afectan al sector del transporte; quizá consecuencia de que el avión es el medio más señalado, retrasos y overbooking y pérdidas y deterioro de equipaje son señalados por un 84% de los encuestados. La dificultad para reclamar, con un 35% de respuestas, y la deficiente calidad del servicio, con un 27%, son señalados también por los consumidores extremeños.

### **La publicidad engañosa es para el 54% de los encuestados el principal riesgo y problema para los consumidores en el sector de la gran distribución**

*La publicidad engañosa es el problema que más afecta a los ciudadanos extremeños en sus compras en las grandes cadenas de distribución, con un 54% de respuestas; ello unido al 49% de encuestado que mencionan problemas de etiquetado evidencia que el extremeño, con actitud crítica, demanda más y mejor información en sus compras.*

En el ámbito de las grandes **cadenas de distribución**, con posibilidad de respuesta múltiple, la publicidad engañosa aparece como el abuso más repetido, con un 54% de respuestas, y el confuso o erróneo etiquetado es señalado por un 49% de las mismas.

*Hay un porcentaje nada desdeñable de consumidores, un 39%, que observa “diferencias no explicables” entre precios en origen y precios de venta al público.*

### **Un 58% de los extremeños sigue sin entender la factura de la luz, ni a qué conceptos corresponde, porcentaje que se sitúa en el 43% en el caso de las telecomunicaciones**

*Únicamente el 6% de los encuestados indica que comprende totalmente sus facturas de energía. Solo el 17% dice conocer perfectamente la factura del teléfono. Son sectores en los que prima la desinformación del consumidor.*

Uno de los aspectos fundamentales analizados por esta encuesta comprende la sensación de ininteligibilidad que le produce al consumidor medio extremeño, y esto es común con el resto de España, la factura tanto de la luz como de la telefonía, fundamentalmente.

**Sólo un 6% de los encuestados reconoce comprender totalmente la factura de la luz**, y un 58% confiesa que la entiende muy poco o casi nada. Es producto de una

reforma energética inútil y de unas prácticas empresariales basadas en el abuso y en la posición de dominio fruto de la oligopólica privatización del mercado energético.

El mismo origen parece tener esa misma falta de comprensión de las **facturas telefónicas**, mercado también herencia de un mercado nada sensible con los consumidores. **Sólo un 17% confiesa entenderlas totalmente**, frente a un 43% que corrobora entender muy poco o casi nada de las mismas.

Frente a ello, el 29% entiende totalmente las facturas en el sector de los transportes, frente a un 36% que entiende muy poco o nada. Y un 27% entiende totalmente las facturas en grandes superficies, frente a un 35% que entiende muy poco o nada; son porcentajes mejorables, pero ni de lejos tan grotescamente llamativos como en energía y telefonía.

## Los extremeños reclaman más información sobre sus derechos

*Más de un 60% de los extremeños reconoce que sabe poco o nada de sus derechos en los sectores de energía y telefonía.*

*Casi la mitad lo admite también en transporte y más del 40% sabe poco de sus derechos frente a las cadenas de distribución.*

La siguiente parte de la encuesta pasa a analizar hasta qué punto los consumidores extremeños consideran estar informados de los derechos que les asisten. Los resultados son, como poco, inquietantes.

**Sólo una minoría considera estar perfectamente o bastante informados de sus derechos: un 11% en energía, el 12% en telefonía y un 11% en transportes.** Más aún, más de la mitad de los consumidores se confiesa **poco, muy poco o nada informado: un 66% en energía, un 61% en telefonía, un 49% en transporte.**

La situación es algo más benigna en el subsector de la gran distribución (grandes superficies), aunque manifiestamente mejorable. Un 17% cree estar perfecta o bastante bien informado, y un 47% dice estar poco, muy poco o nada informado. No son cifras con las que estar satisfecho; **la información y formación de los consumidores sigue siendo asignatura pendiente**, y el primer caldo de cultivo para configurar una estructura de comercialización de bienes y servicios de gran consumo sometida al abuso y la irregularidad; así ocurre, que el gasto en estos subsectores aumenta a pesar de la merma de ingresos de la mayoría de ciudadanos.

## Dos de cada tres consultados han sufrido algún problema con compañías energéticas en los últimos 24 meses

Se han detectado datos llamativos a la hora de evaluar si los consumidores han tenido en los últimos dos años algún problema con las entidades que operan en los grandes sectores del consumo.

En **energía**, sólo un tercio ha vivido sin conflictos con su operadora. Otro tercio ha tenido **problemas de precio o facturación**. El resto, problemas de **información, de garantías, de calidad del servicio...**

## Sólo uno de cada cinco consumidores se ha librado de problemas en telecomunicaciones

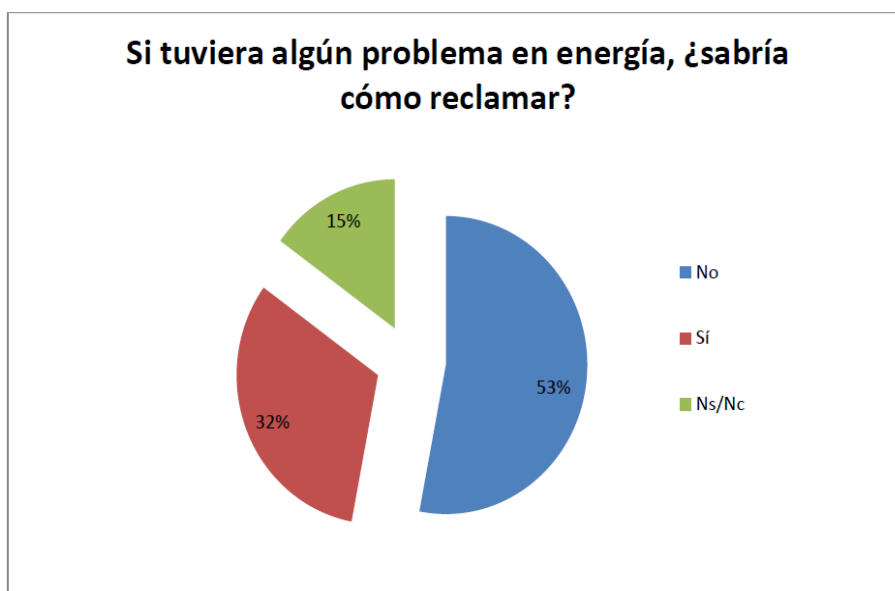
Mayor aún es el grado de conflicto en el ámbito de la **telefonía**; sólo un 20% asegura no haber tenido problema alguno en este ámbito en los dos últimos años. **Facturación y precios han afectado a un tercio** de los encuestados, **información y calidad han dado problemas a uno de cada cuatro**, y **otro 20% ha tenido problemas para darse de baja** de algún servicio.

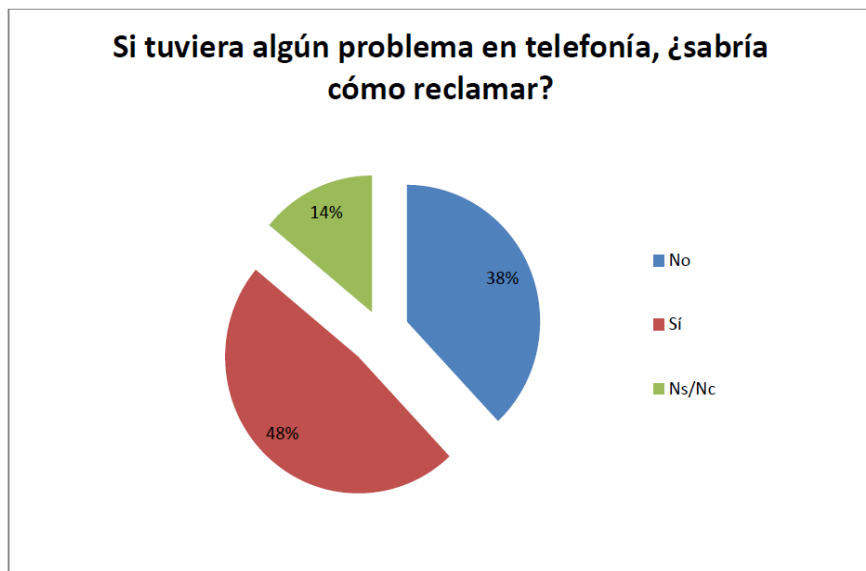
Sin embargo, en transporte y grandes superficies los problemas en estos dos últimos años parecen haber sido menores. Un 69% de los encuestados no ha referido conflicto alguno en el sector del **transporte**, y un 61% tampoco lo ha sufrido en el ámbito de la **gran distribución**. Entre los que sí han tenido problemas, un 10% (en transporte) y un 12% (en gran distribución) habla de problemas de información, y otro volumen similar asegura haber detectado problemas en precios o facturas.

## Casi la mitad de los extremeños no sabría reclamar ante un abuso

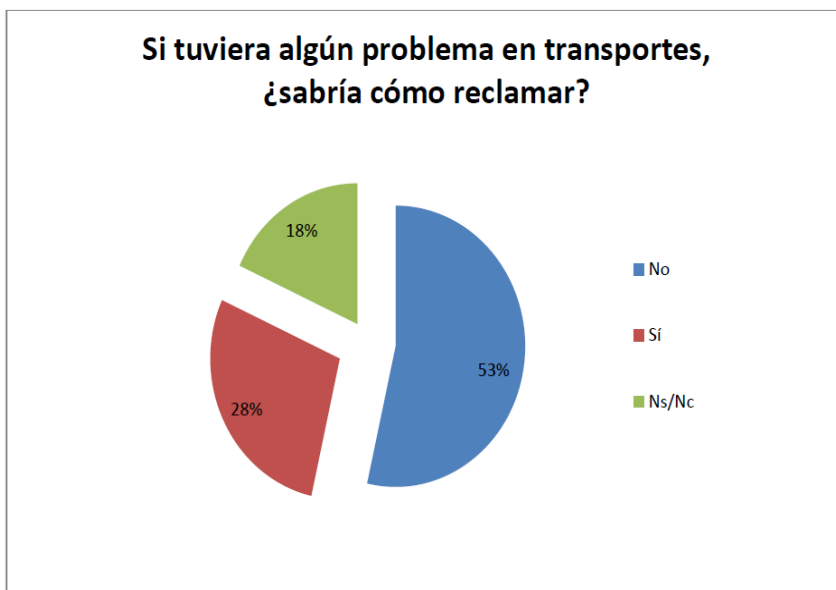
*Un 53% no sabría reclamar ante un abuso en la factura de la luz, un 38% si el problema es de telefonía, más de un 50% si es de transporte y un 38% si es una gran cadena de distribución.*

Una vez abordados cuáles son los principales abusos y en qué sectores, la encuesta entra a analizar qué capacidad tiene el consumidor, por sí mismo, para emprender un procedimiento de reclamación. Se pregunta, específicamente, si el consumidor sabría cómo reclamar en el caso de tener algún problema en energía, telefonía, transportes y gran distribución.

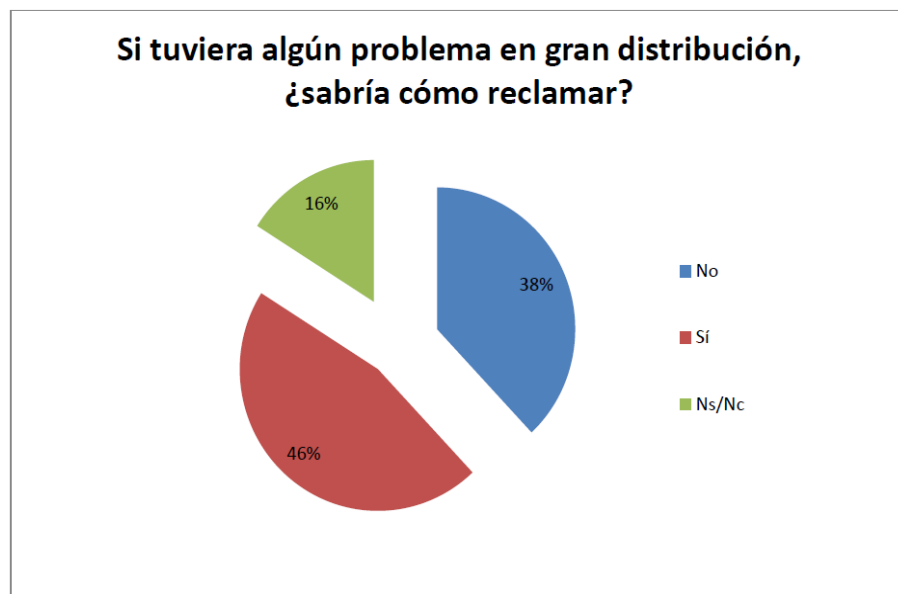




Un 53% de los consumidores extremeños confiesan que no sabrían cómo reclamar ante problemas con la luz, un 38% en telefonía, un 53% en transporte y un 38% en gran distribución. Esto es, **casi la mitad de los consumidores confirma que no sabe cómo hacer en el caso de tener que empezar una reclamación**. Y otro 15-20% (según sectores) señala ‘no sabe-no contesta’, esto es, menos de la mitad de los extremeños están en disposición de reclamar frente a abusos de las empresas.



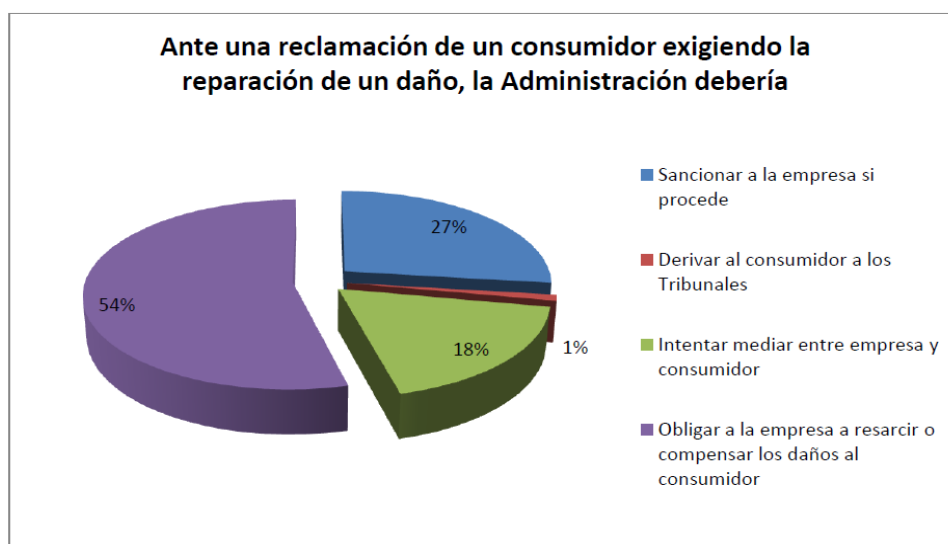




**Los consumidores perciben que los daños que provocan los abusos requieren ser compensados y que no basta con sancionar.**

*Casi el 90% de los encuestados reclama medidas como obligar a la empresa a resarcir al consumidor o sancionar a la empresa que abusa de su posición*

Lo que sí tienen bastante claro los encuestados es qué debería hacer la administración al tramitar reclamaciones de los consumidores. Para un 54% habría que compensar los daños al consumidor, mientras que se reduce al 27% el porcentaje de los que consideran que debería sancionarse a la empresa incumplidora.



**Los extremeños reclaman medidas inmediatas y eficaces para parar los abusos de los oligopolios de las empresas energéticas y de telefonía.**

En las siguientes preguntas se aprecia cómo los consumidores piden medidas urgentes para defender eficazmente al consumidor; preguntados por qué sectores requerirían de medidas urgentes para defender eficazmente al consumidor la energía es situada como el prioritario por el 73%, y las telecomunicaciones son situadas en segundo lugar por el 67%. En ambos casos suman casi un 90% los encuestados que sitúan estos dos sectores en primer y segundo lugar en cuanto a la necesidad de impulsar medidas urgentes de mejora.

**Mejorar los sistemas de reclamación, establecer mecanismos para compensar al consumidor víctima de abuso, limitar los precios y reforzar la supervisión son las principales medidas que los consumidores reclaman con carácter general**

Y entre las **medidas propuestas**, con posible respuesta múltiple, más de la mitad piden sistemas de reclamación eficaces y accesibles, alrededor de un 40% hablan de prohibir productos no solicitados e idear sistemas de compensación al consumidor, un 35% piden limitar precios, y otro 35% reforzar los mecanismos de supervisión y sanción, elevando las multas.

## **Parte II.**

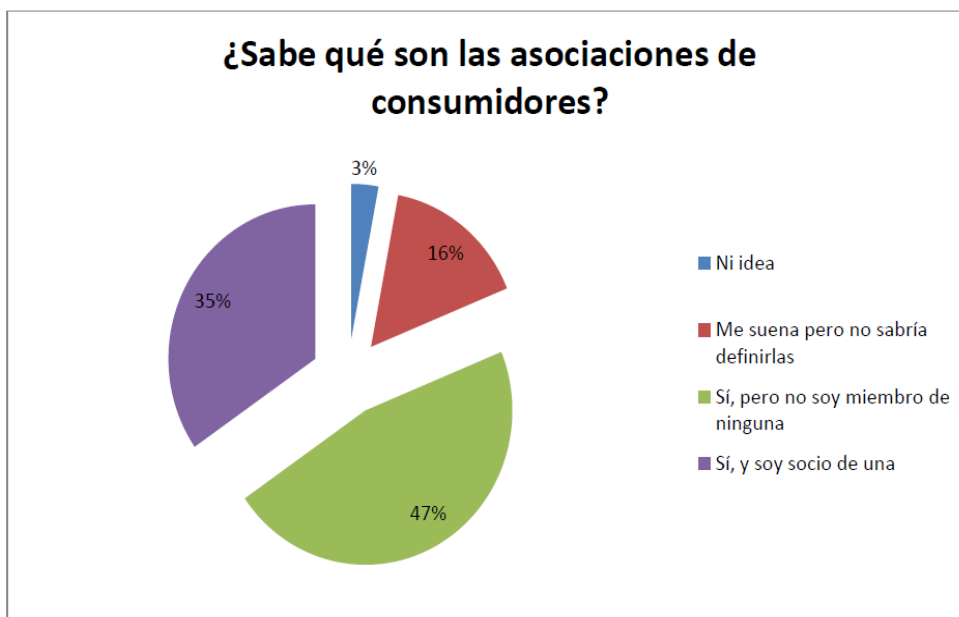
### **La organización de los consumidores extremeños como colectivo**

**Los extremeños consideran la labor de las asociaciones de consumidores como un instrumento fundamental en la lucha contra los abusos de las grandes compañías.**

*La idea de un consumidor crítico va calando poco a poco en los consumidores: el 80% de los extremeños afirma saber qué son las Asociaciones de Consumidores y qué papel desempeñan en la sociedad.*

El segundo gran bloque de la encuesta se refiere a la existencia, el papel y la participación de los consumidores extremeños en asociaciones de consumidores, un ámbito esencial a la hora de conformar una conciencia formada e informada, crítica y responsable a la hora de luchar contra los abusos y por la defensa de nuestros derechos.

La primera pregunta evalúa directamente si los consumidores saben lo que son las asociaciones de consumidores. Las respuestas, mejorables; **un 20% dice no tener ni idea o no sabría definir qué son.**



Las siguientes respuestas van configurando conceptos que sirven para establecer esa **definición** de lo que los extremeños entienden que son o debieran ser las asociaciones de consumidores.

**Tres de cada cuatro consultados considera que las Asociaciones de Consumidores son fundamentales como contrapeso a los grandes sectores empresariales**

Además un 67% considera a las asociaciones de consumidores como un movimiento social y ciudadano, al tiempo que un 60% estima que su función no debe limitarse a prestar servicios de apoyo a la hora de reclamar ante abusos concretos.

**Un 77% opina que deben servir para organizar y movilizar a los consumidores.**

*Para la mayoría de los extremeños encuestados la fuerza de las Asociaciones de Consumidores está en la participación activa de sus socios; además, opinan mayoritariamente, más del 65% de las respuestas dadas, que esa fuerza debe servir para la organización y movilización de los consumidores.*

Hay dos preguntas importantes, que hablan acerca de la **fuerza** de las asociaciones de consumidores, y aquí las cifras están más repartidas. Para un 40% de los encuestados la fuerza de estas entidades está en su número de socios, pero un 26% está en desacuerdo con esto y un tercio no tiene opinión, no lo ve como algo relevante.

Sin embargo, para más de la mitad de los encuestados (52%) la clave que otorga fuerza a una asociación está en el grado de participación activa de sus socios, algo a lo que sólo se oponen un 15% de los encuestados.

*Los consumidores extremeños consideran que las acciones colectivas son las más adecuadas para defender sus derechos: el 54% estima que los consumidores no deben limitarse a*

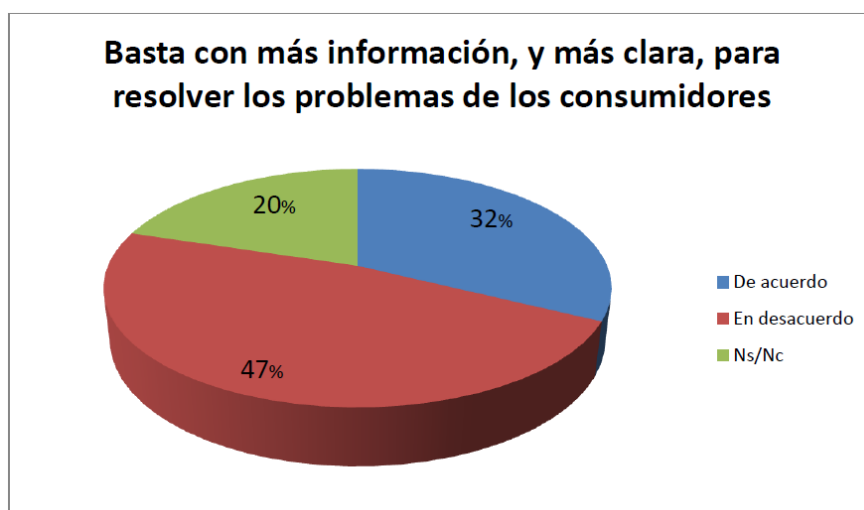
*reclamar cada uno de forma individual, y el 81% opina que los consumidores deben organizarse para presionar colectivamente y lograr cambios de fondo que mejoren su posición*

Pasa la encuesta a analizar hasta qué punto los consumidores se consideran como **fuerza colectiva** capaz de defender derechos y modificar patrones de conducta institucional y empresarial. Así, el 54% considera que los consumidores no deben limitarse a reclamar cada uno su problema individual, aunque un 22% aún piensa que sí.

Eso sí, un mayoritario 81% afirma que los consumidores deben organizarse para presionar colectivamente, y un 57% cree que, de esta manera, pueden condicionar cómo actúan las grandes empresas.

### **La información no es la solución por sí misma**

Casi la mitad (un 47%) considera que no basta sólo con más y más clara información para resolver sus problemas, si bien casi un tercio piensa lo contrario.



Todavía hay un porcentaje de consumidores que no reconoce la capacidad del consumerismo organizado como fuerza colectiva con capacidad de acción, reivindicación y palanca de cambio social. Sin embargo siete años de crisis económica en la se han destapado y puesto de manifiesto múltiples fraudes y abusos en materia financiera, de ahorro, de crédito y de suministros están cambiando la mentalidad del consumidor, cada vez más crítico y más informado.