

BARÓMETRO DE HÁBITOS DE VIDA, SERVICIOS SANITARIOS Y CONSUMO

UNIÓN DE CONSUMIDORES DE ASTURIAS-UCE

DIRECCIÓN GENERAL DE SALUD PÚBLICA
CONSEJERÍA DE SANIDAD DEL PRINCIPADO DE ASTURIAS



BARÓMETRO DE HáBITOS DE VIDA Y SERVICIOS SANITARIOS

ÍNDICE

04	Presentación
07	El consumidor y los hábitos de nutrición
10	La práctica del ejercicio físico
13	El hábito de fumar
15	Índices de hábitos saludables
17	Opinión sobre la <i>Ley antitabaco</i>
19	Opinión sobre la atención sanitaria por las tardes
22	A modo resumen
23	Ficha técnica

BARÓMETRO DE CONSUMO

ÍNDICE

24	Presentación
27	La seguridad en los alimentos
29	La satisfacción con la información sobre productos y servicios
30	Compensación con el gasto
32	Grado de información sobre los derechos
34	Contribución de los distintos agentes a la información
36	Eficacia en la defensa de los derechos de los consumidores
40	Satisfacción con los servicios de interés general
42	Satisfacción con otros servicios de uso común y comercios
44	Importancia de la procedencia y las certificaciones
46	Conclusiones generales
47	Ficha técnica

BARÓMETRO DE HáBITOS DE VIDA Y SERVICIOS SANITARIOS PRESENTACIÓN

Este Barómetro de hábitos saludables, servicios sanitarios y consumo, patrocinado por la [Consejería de Sanidad a través de la Dirección General de Salud Pública del Principado de Asturias](#), ha sido concebido y realizado por el Área de Calidad e Investigación Social de la Unión de Consumidores de Asturias-UCE. Siendo una de sus finalidades poner los datos y conclusiones de este estudio a disposición de todos quienes estén interesados en acercarse a un mejor conocimiento del consumidor y sus prácticas, necesidades, expectativas y demandas concretas.

Uno de los ejes fundamentales de este barómetro es el estudio de los hábitos de vida a través de tres variables íntimamente relacionadas con los estilos de vida y la salud: los hábitos de alimentación, la práctica del ejercicio físico y el hábito de fumar. El otro eje del estudio es conocer la opinión de una muestra de la ciudadanía acerca de la ampliación del horario de atención en tres de los principales servicios sanitarios: centros de salud, atención especializada y medicina quirúrgica.

En resumen, obtener una fotografía lo más clara posible de cómo se comportan, qué opinan y qué expectativas tienen los consumidores y usuarios (y que pudiera ser completada en el futuro con una perspectiva evolutiva) en relación con dos ámbitos estrechamente asociados a la salud, como son los hábitos de vida y la asistencia sanitaria. Pudiendo derivarse de este diagnóstico nuevas medidas y decisiones que contribuyan a mejorar la calidad de vida de la ciudadanía.

UCE-Asturias, diciembre 2012



EL CONSUMIDOR Y LOS HáBITOS DE NUTRICIÓN



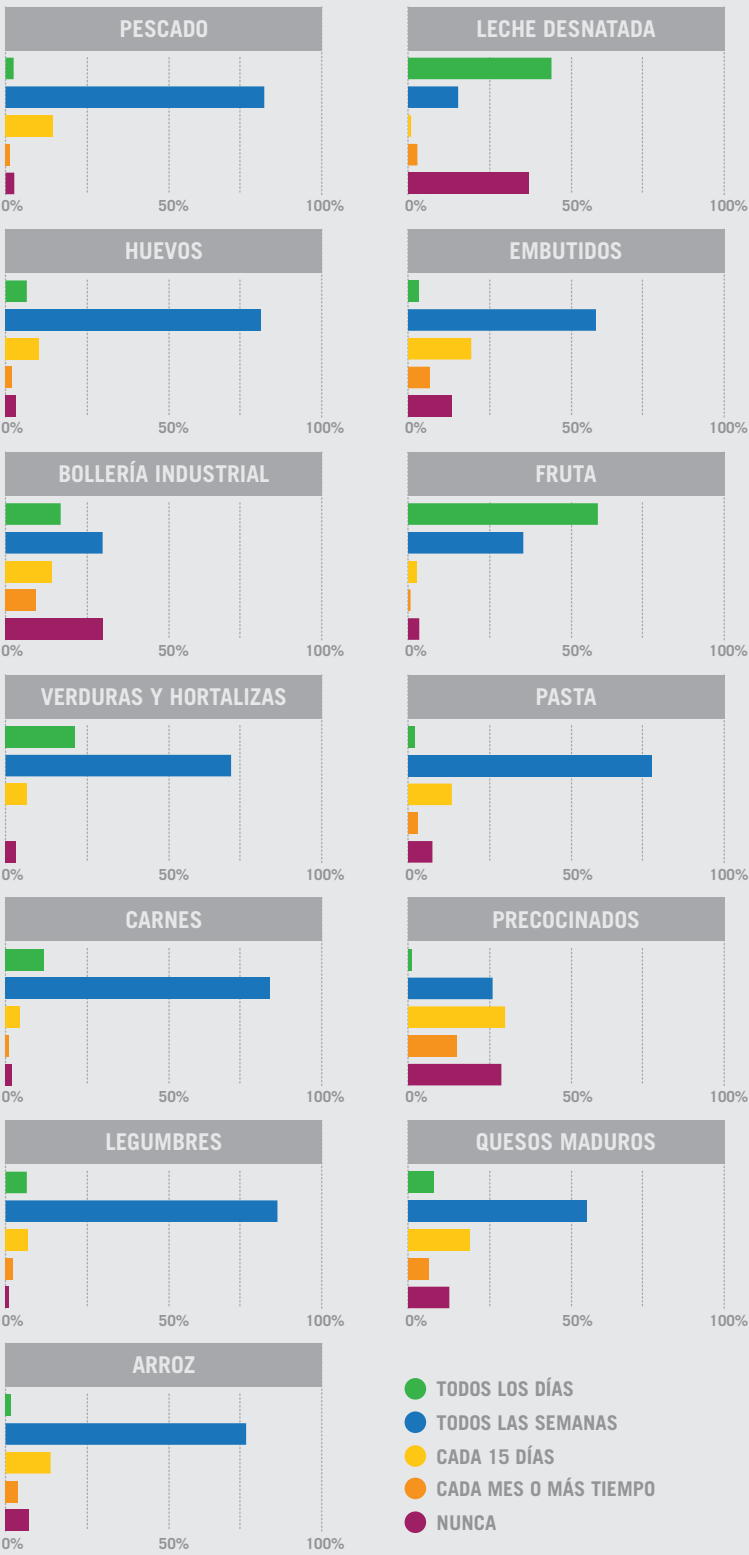
**BARÓMETRO
DE HáBITOS DE VIDA
Y SERVICIOS SANITARIOS**

La dieta alimenticia es uno de los aspectos más importantes relacionados con los hábitos de vida saludables. Advirtiéndolo los expertos sobre la incorrecta dieta habitual de la mayoría de los consumidores en las sociedades opulentas (exceso de grasas, escasez de hidratos de carbono y de vitaminas y fibra, demasiadas calorías, pocas verduras, cereales y frutas; mucha carne, bollería y comida precocinada).

Según los datos de nuestra encuesta, las principales tendencias en el consumo de alimentos y su frecuencia son las siguientes:

- Los alimentos que más se declaran consumir y con más frecuencia (todos los días) son la fruta (58%) y, a una significativa distancia, las verduras y hortalizas (21,3%). Siendo un caso particular la leche «desnatada» que dice ser consumida a diario pero por un porcentaje sustancialmente menor de la muestra.
- Semanalmente, los alimentos que se declara consumir con más frecuencia son las legumbres (83,2%), las carnes (81%), el pescado (79,2%), los huevos (78%), la pasta (74,2%) y el arroz (73,5%).
- Quincenalmente, los alimentos que con más frecuencia se declara consumir son los precocinados (29,8%), los embutidos (19,4%) y los quesos «maduros» (18,6%). No obstante lo anterior, si agregamos el consumo semanal-quincenal de estos tres tipos de alimentos de elevado contenido en grasas y calorías, se observa que con dicha frecuencia agregada los embutidos (77,4%), los quesos «maduros» (73,2%) y los alimentos precocinados (55,6%) son consumidos a menudo por un importante porcentaje de la muestra.
- Por último, los alimentos que en mayor porcentaje se declara que no se consumen «nunca» son la leche «desnatada» (37%) y la bollería industrial (30%).

FRECUENCIA DE CONSUMO DE DISTINTOS TIPOS DE ALIMENTOS



En relación con las recomendaciones de los expertos en nutrición, de los datos anteriores, en términos generales, se puede concluir lo siguiente:

- Alimentos como la fruta, las verduras y hortalizas y la leche «desnatada» no son consumidos por la mayoría de las personas con la frecuencia recomendada (todos los días).
- Alimentos como la carne y el pescado son consumidos mayoritariamente con periodicidad semanal, al igual que legumbres, arroz y pasta, siguiendo en tal sentido unas pautas coherentes con el concepto de dieta saludable.
- Alimentos como los embutidos, los quesos «maduros» y los alimentos precocinados parecen ser consumidos en exceso por elevados porcentajes de la población.



LA PRÁCTICA DEL EJERCICIO FÍSICO

BARÓMETRO DE HáBITOS DE VIDA Y SERVICIOS SANITARIOS

En materia de hábitos de vida, es sabido que la práctica cotidiana del ejercicio físico es otra de las condiciones fundamentales para mantener un buen estado de salud.

Según refieren en esta encuesta las personas entrevistadas, la mayor parte de la población asturiana (el 67%) hace ejercicio habitualmente o a veces. Mientras que una de cada tres personas dice no practicar ejercicio físico o deporte «nunca».



De entre quienes declaran hacer ejercicio físico con alguna regularidad, incluyendo hacer la limpieza del hogar, las principales actividades que se realizan y su frecuencia son las siguientes:

- El 23,5% dice hacer la limpieza del hogar todos los días y el 22% dice ir a pasear o caminar a diario.

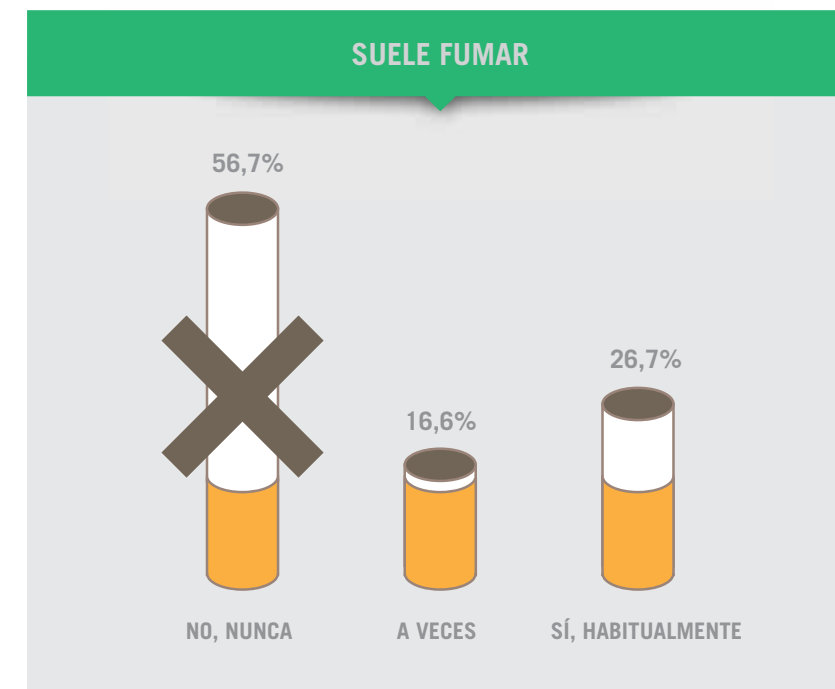
- Dos o tres días a la semana dicen ir a pasear o caminar el 34,6%, hacer la limpieza del hogar el 28,3% e ir al gimnasio el 22,5%.
- Una vez a la semana dicen ir de montaña el 49,6%, practicar algún deporte en equipo el 44,8%, hacer ejercicio en casa el 42,6%, otro tipo de actividad física o deporte el 43,4% e ir al gimnasio, al menos, una vez a la semana el 37%.
- Por último, las actividades físicas o deportivas que se dice no hacer «nunca» son el montañismo (49,6%), el ejercicio físico en casa (43,3%), los deportes en equipo (42,2%) e ir al gimnasio (36,9%).

En materia de ejercicio físico o deporte de los datos anteriores se concluye que hay entorno a dos tercios de la población que lo practican con asiduidad y un tercio que tiene hábitos básicamente sedentarios. Siendo los tipos de ejercicio físico que se realizan con más frecuencia y por un mayor porcentaje de la población el caminar o pasear, la limpieza del hogar y, en menor medida, ir al gimnasio.



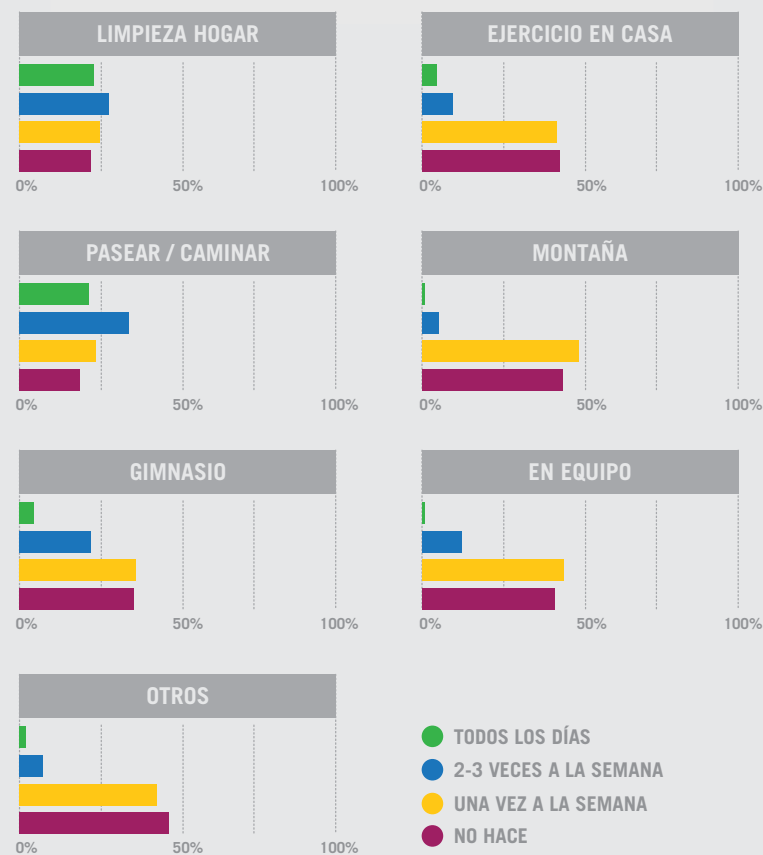
EL HáBITO DE FUMAR

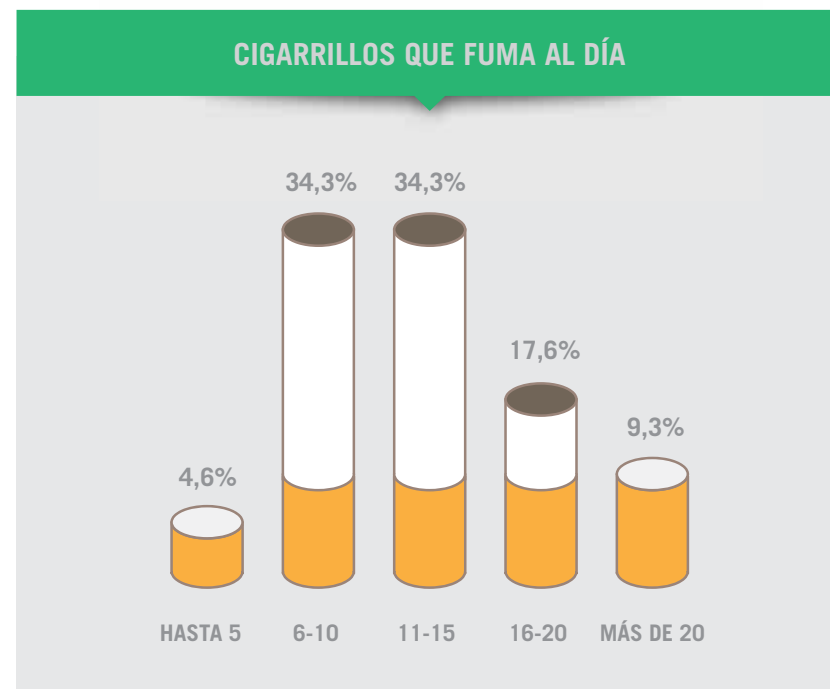
Es suficientemente conocido que el hábito de fumar constituye un elevado riesgo para la salud, en la medida que el tabaco está relacionado con muchas enfermedades graves. Esta encuesta revela que más de la mitad de la muestra (56,7%) dice no fumar «nunca», el 16,6% dice hacerlo a veces y el 26,7% fuma habitualmente.



Asimismo, desde una perspectiva sanitaria, en términos generales, lo importante será cuántos cigarrillos se fuman. Consultados quienes dicen fumar «habitualmente» o «a veces», el 34,3 % dicen fumar de 11 a 15 cigarrillos al día, el mismo porcentaje de las personas que declaran fumar de 6 a 10. El 17,6% dicen fumar de 16 a 20 cigarrillos al día y más de 20 cigarrillos el 9,3%. Por último, el 4,6% de la muestra de fumadores no superan los 5 cigarrillos diarios.

FRECUENCIA CON QUE SE REALIZA ALGÚN EJERCICIO FÍSICO





Ateniéndonos a los datos anteriores parece ser que el hábito de fumar está en claro retroceso. Así, más de la mitad de la muestra de personas entrevistadas dicen que no fuman y, de entre quienes tienen la costumbre de fumar, casi cuatro de cada diez fuman más bien poco.

ÍNDICES DE HáBITOS SALUDABLES



BARÓMETRO
DE HáBITOS DE VIDA
Y SERVICIOS SANITARIOS

Para completar el análisis de frecuencias sobre los tres factores considerados que intervienen en los hábitos de vida saludables (alimentación, ejercicio físico y tabaquismo), se presentan unos Índices de Hábitos Saludables que permiten obtener una perspectiva más general y comprender cuánto de saludables son dichos hábitos de vida.

En tal sentido, se han calculado los siguientes índices:

- **Índice de alimentación saludable**, que mide el nivel de las prácticas de nutrición atendiendo a su mayor o menor proximidad a lo que los expertos consideran una dieta equilibrada (calculado en una escala de 0 a 100 puntos, siendo 0 el valor «nada saludable» y 100 «muy saludable», y ponderado con el 50% sobre el peso total de los tres factores).
- **Índice de ejercicio físico saludable**, que mide el nivel de la práctica de ejercicio físico de acuerdo con la mayor o menor aproximación a lo que los expertos consideran hábitos saludables (calculado en una escala de 0 a 100 puntos, siendo 0 el valor «nada saludable» y 100 «muy saludable»).
- **Índice de tabaquismo**, que mide la mayor o menor intensidad del consumo de tabaco y, por tanto, su incidencia en una vida saludable (calculado en una escala de 0 a 100 puntos, siendo 0 el valor «nada saludable» y 100 «muy saludable»).
- **Índice General de Hábitos Saludables**, es la medida que resume el promedio de los otros tres índices que lo componen (calculado en una escala que va de 0 a 300 puntos, siendo 0 el valor «nada saludable» y 300 «muy saludable»).

En el cuadro siguiente se presenta el conjunto de datos que nos da una perspectiva general del estado de la cuestión:

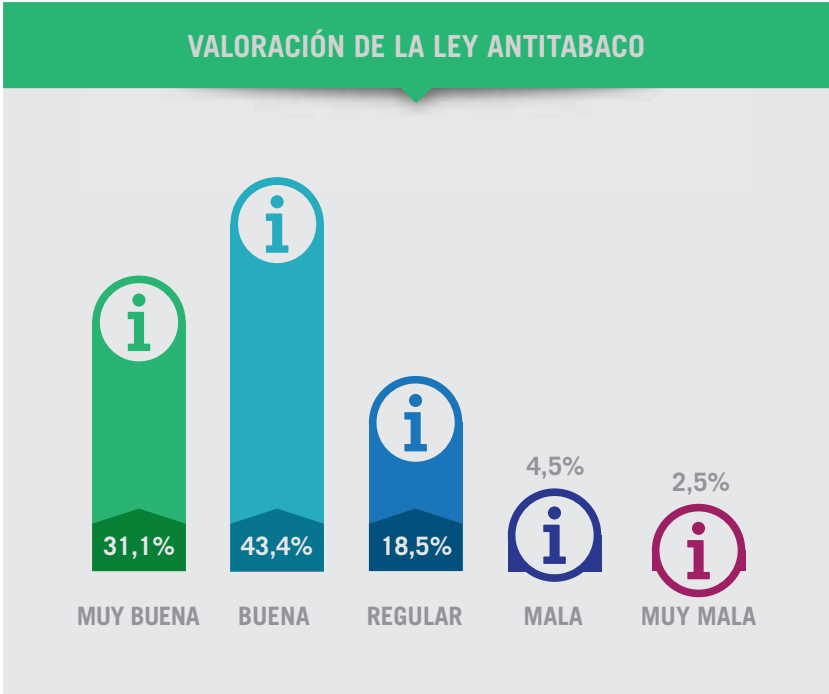
	Valor Bajo (%) De 0 a 49 puntos	Valor Alto (%) De 50 a 100 puntos	Puntuación media
Índice alimentación	51%	49%	49
Índice ejercicio físico	33%	67%	55
Índice tabaquismo	16%	84%	80
Índice general	41%	59%	159

Como se puede observar en el cuadro anterior, los distintos índices reflejan unas puntuaciones medias (de 0 a 100) bastante dispares. Especialmente positivo en el caso del tabaquismo y mejorables en cuanto a ejercicio físico y hábitos alimentarios. De ahí que el Índice General de Hábitos Saludables (de 0 a 300 puntos), aunque se sitúe dentro del rango de valores que indican un estilo de vida más bien sano, también nos evidencie unas prácticas claramente perfectibles.

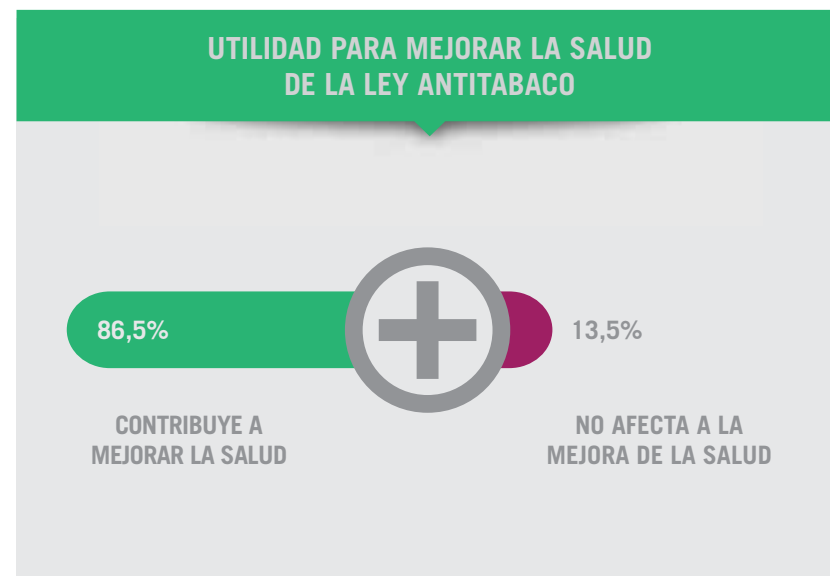
OPINIÓN SOBRE LA «LEY ANTITABACO»

BARÓMETRO DE HáBITOS DE VIDA Y SERVICIOS SANITARIOS

Desde hace unos dos años está en vigor la denominada «ley antitabaco» por la que se prohíbe fumar, entre otros lugares, en bares y restaurantes. En tal sentido, se preguntó: después de estos dos años de aplicación de la ley antitabaco ¿diría usted que esta ley es muy buena, buena, regular, mala o muy mala? Pues bien, sólo el 7% de la muestra la considera mala o muy mala, mientras que 7 de cada 10 personas la consideran buena o muy buena.



Asimismo, consultadas las personas entrevistadas acerca de la percepción sobre las bondades de esta ley, en concreto se preguntó ¿diría usted que la «ley antitabaco» contribuye a mejorar la salud de la ciudadanía o que no afecta de forma apreciable a la salud de la ciudadanía? se constata que para más de 8 de cada 10 personas la ley antitabaco es una medida que ha beneficiado la salud de la población.



Pasados dos años de la entrada en vigor de la ley antitabaco se constata un afianzamiento de la valoración y percepción utilidad de esta normativa. Aspecto destacable si se tiene en cuenta el poco tiempo transcurrido desde su entrada en vigor, así como la controversia social a que dio lugar al extender la prohibición de fumar a los espacios cerrados de uso colectivo y algunos abiertos.

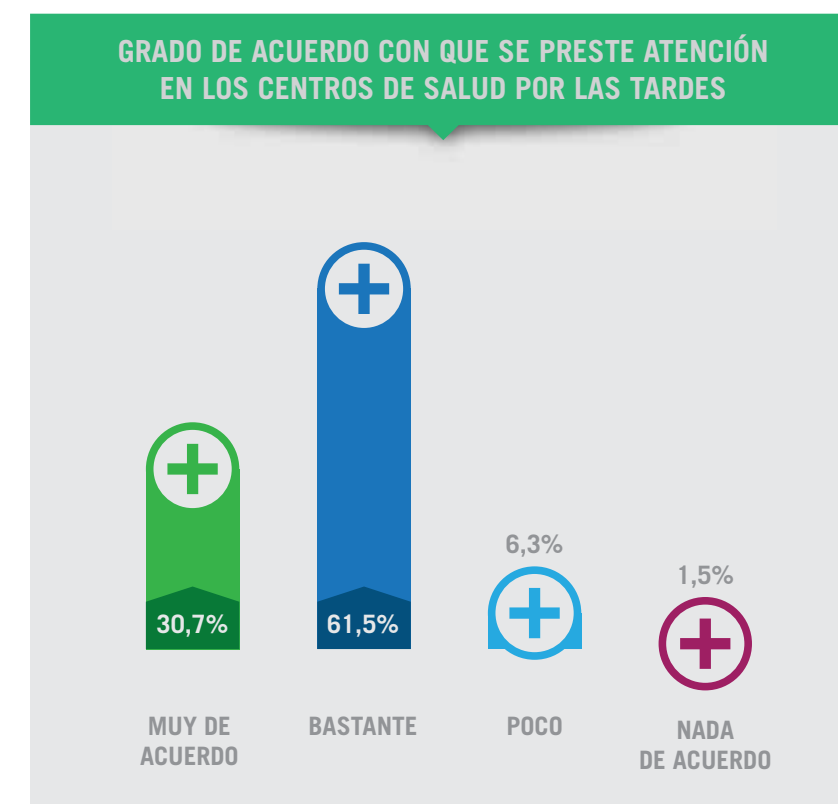
OPINIÓN SOBRE LA ATENCIÓN SANITARIA POR LAS TARDES



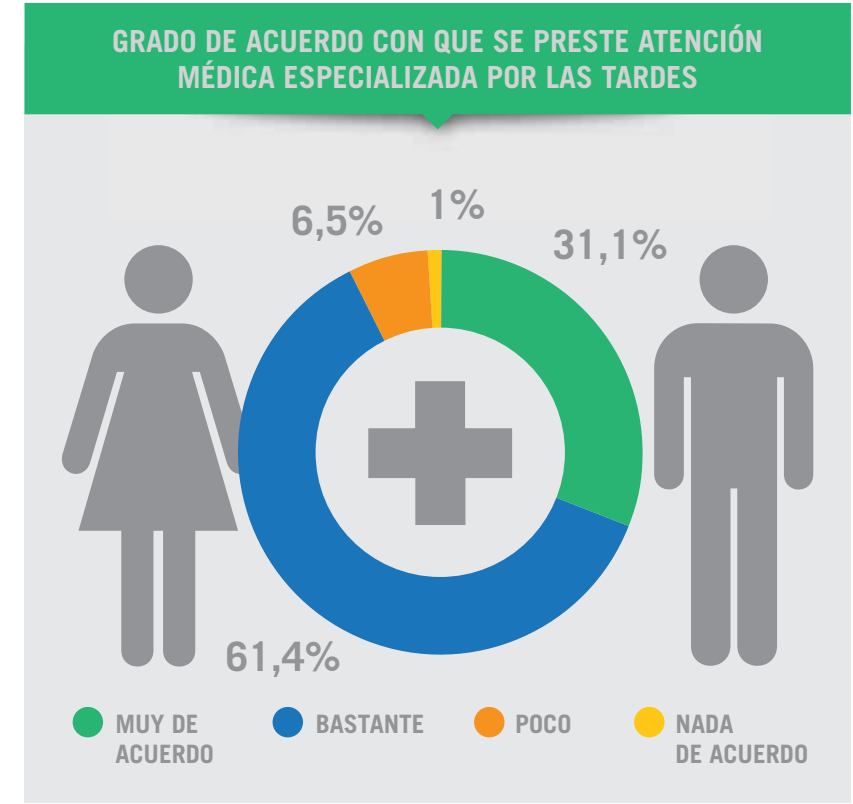
BARÓMETRO
DE HÁBITOS DE VIDA
Y SERVICIOS SANITARIOS

Por último, se presentan los resultados de tres preguntas relacionadas con la opinión acerca de la atención sanitaria por de los servicios sanitarios, al objeto de enriquecer el conocimiento de la percepción de la ciudadanía sobre el funcionamiento de la sanidad pública.

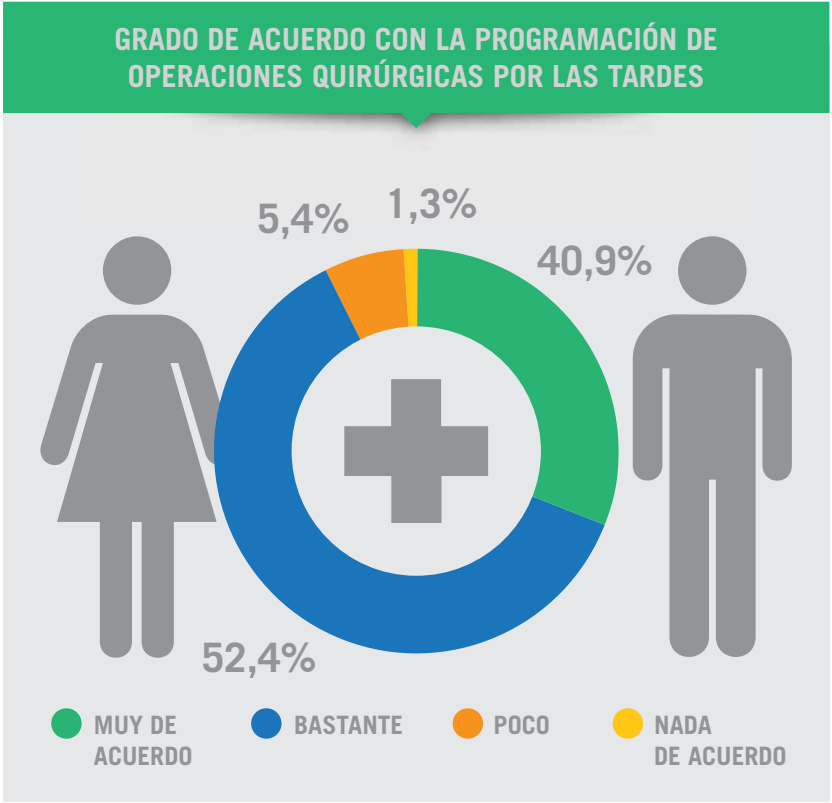
Así, en el marco de una alta valoración de los servicios sanitarios públicos (como acreditan periódicos y solventes estudios de opinión sobre la sanidad pública), preguntadas las personas entrevistadas acerca de *¿en que medida está de acuerdo con que se preste atención en los Centros de Salud por las tardes: muy de acuerdo, bastante, poco o nada de acuerdo?* más del 90% esta bastante o muy de acuerdo con la apertura por las tardes y solo el 8% dice estar poco o nada de acuerdo.



Al igual que en el caso de los centros de salud, la opinión ampliamente mayoritaria (más del 90%) está de acuerdo con que se preste atención médica especializada por las tardes, frente al 7,8% que están poco o nada de acuerdo.



Asimismo, preguntadas las personas entrevistadas acerca del grado de acuerdo con que se programen intervenciones quirúrgicas por las tardes, los porcentajes son consistentes en relación con la opinión sobre la ampliación del horario de atención en centros de salud y medicina especializada. El 93% está bastante o muy de acuerdo con que se programen operaciones en horario vespertino. Si bien, en este caso el grado máximo de acuerdo se eleva 10 puntos con respecto a los otros servicios sanitarios.



A MODO RESÚMEN

FICHA TÉCNICA



BARÓMETRO DE
HÁBITOS DE VIDA
Y SERVICIOS
SANITARIOS

- Los hábitos alimenticios del consumidor se caracterizan, entre otros aspectos por un **bajo consumo de algunos de los alimentos más recomendados en una dieta saludable**, como son las frutas, verduras y hortalizas y leche «desnatada».
- Parece darse un **exceso de consumo de productos como embutidos, precocinados y quesos «maduros»**. Mientras que los hábitos de consumo de carne, pescado, legumbres, arroz y pasta, mayoritariamente, se aproximan bastante a lo que es el concepto de dieta saludable.
- Aproximadamente **dos tercios de las personas entrevistadas dicen practicar ejercicio físico con asiduidad**. Siendo las actividades físicas que se realizan con más frecuencia y por un mayor porcentaje de la población el caminar o pasear, la limpieza del hogar y, en menor medida, ir al gimnasio.
- **Más de la mitad de la muestra de personas entrevistadas dicen que no fuman nunca** y, de entre quienes tienen la costumbre de fumar, casi cuatro de cada diez fuman más bien poco.
- De los **índices o indicadores de hábitos saludables**, es especialmente positivo el **relacionado con el tabaquismo y mejorables en ejercicio físico y hábitos alimentarios**. Al tiempo que el Índice General de Hábitos Saludables, aunque está dentro de valores que indican un estilo de vida más bien sano, también nos evidencie unas prácticas claramente perfectibles.
- Pasados dos años de la entrada en vigor de la *Ley antitabaco* se **constata una valoración muy positiva de esta norma** y la percepción de su utilidad para la mejora de la salud.
- Se constata una **abrumadora y nítida demanda de ampliación de los horarios de atención médica**, nueve de cada diez personas entrevistadas en los tres tipos de servicios sanitarios (centros de salud, atención especializada y medicina quirúrgica).

Universo: Población mayor de 16 años, residente en dieciocho concejos de Asturias en hogares con teléfono fijo.

Muestra: 404 entrevistas seleccionadas de forma aleatoria y proporcional para cada concejo y cuotas de sexo y edad.

Error muestral: Margen de error del $\pm 5\%$ para un nivel de confianza de dos sigmas y bajo el supuesto de máxima indeterminación, es decir $p=q=50\%$.

Tipo de entrevistas: Telefónica mediante cuestionario estructurado, realizadas por un equipo de entrevistadores de UCE-Asturias entre el 10 y el 22 de diciembre de 2012.

Tratamiento de datos: Supervisión, depuración, codificación y grabación.

BARÓMETRO DE CONSUMO

PRESENTACIÓN

Este estudio de opinión ha sido encargado por la **Consejería de Sanidad a través de la Dirección General de Salud Pública del Principado de Asturias**, y realizado por la Unión de Consumidores de Asturias-UCE.

El objetivo es aproximarnos a conocer lo que opina una muestra representativa de los consumidores asturianos sobre una serie de temas que consideramos relevantes de la problemática del consumo.

Así, los temas centrales que aborda este Barómetro de Consumo 2012 tienen que ver con el grado de seguridad en los alimentos, la valoración que se hace de la información que recibimos sobre los distintos productos y servicios y acerca de la contribución de diferentes agentes y entidades a estar informados sobre nuestros derechos como consumidores. Asimismo, se recoge información sobre el grado de compensación con los productos y servicios por el dinero que se paga, la opinión sobre quién es más eficaz a la hora de defender los intereses de los consumidores, el grado de satisfacción con los principales servicios de interés general y con otros servicios y establecimientos de uso común y frecuente. Por último, se ha recabado información sobre la valoración de la procedencia de los productos y las certificaciones de calidad.

En definitiva, con este Barómetro se trata de mejorar el conocimiento de las percepciones y expectativas de los consumidores y usuarios, a partir de lo cual promover medidas que contribuyan a una mayor satisfacción de sus necesidades.



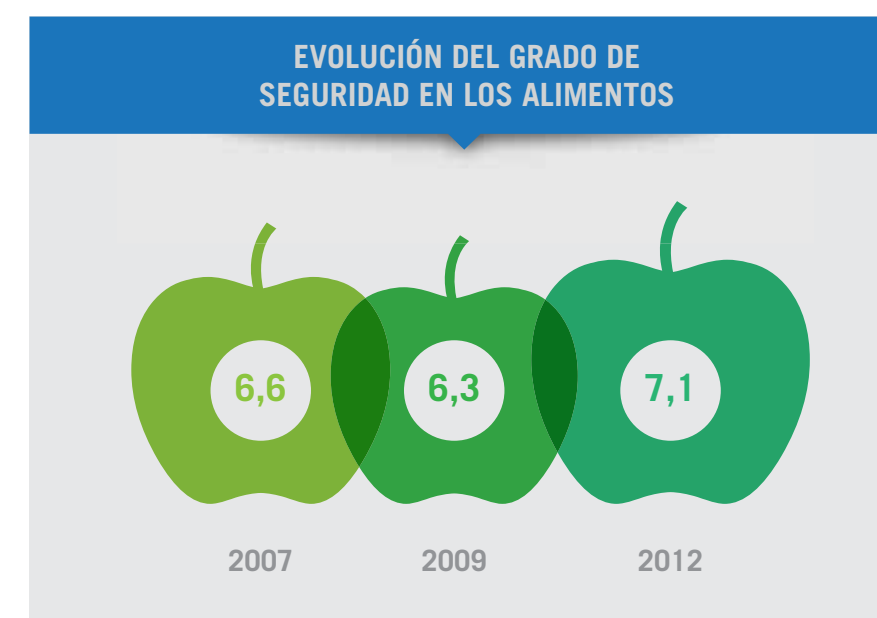
BARÓMETRO
DE CONSUMO

LA SEGURIDAD EN LOS ALIMENTOS



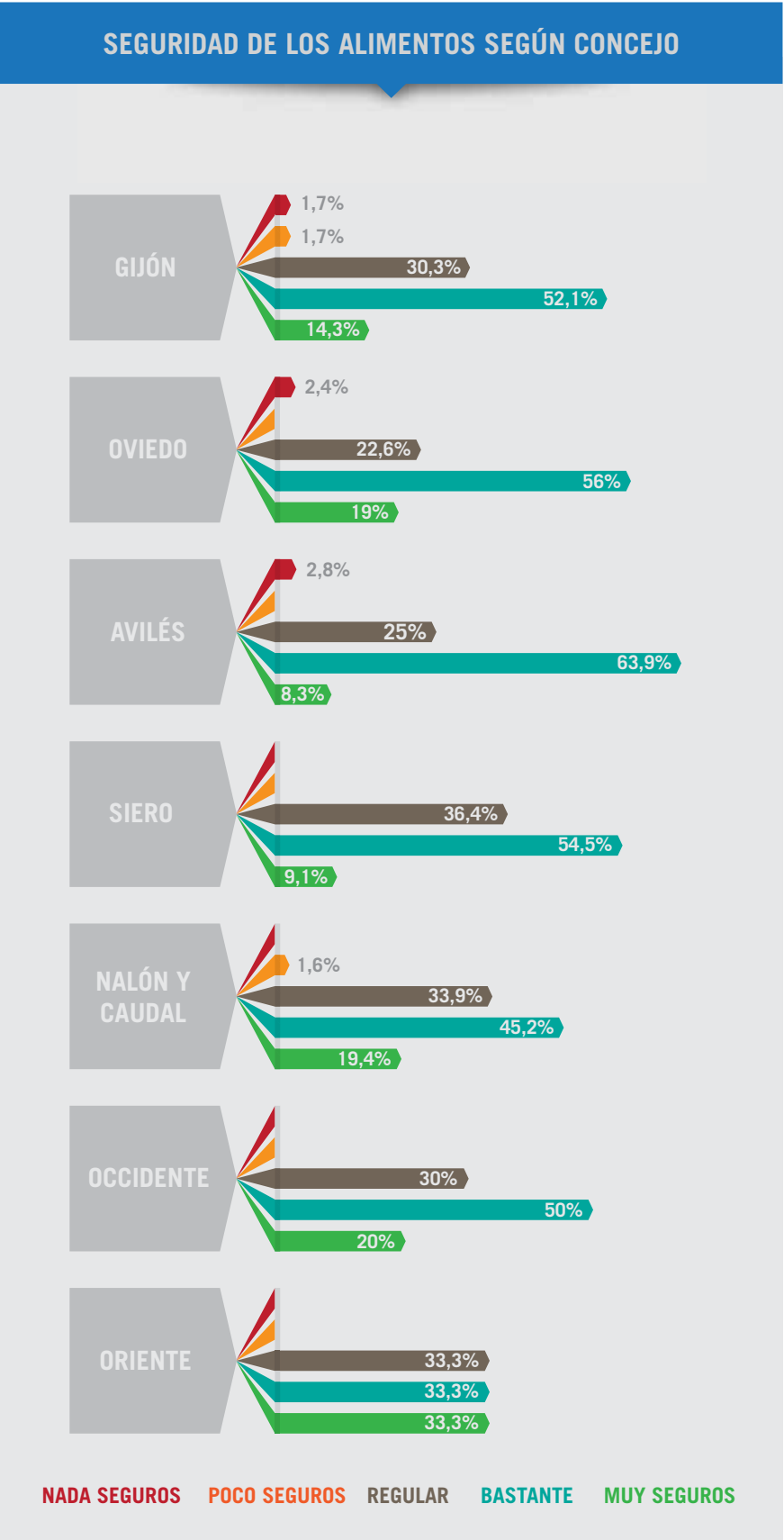
BARÓMETRO DE CONSUMO

La percepción del grado de *seguridad en los alimentos* por parte de las personas entrevistadas es satisfactorio, al alcanzar los 7,1 puntos sobre 10. Además, mejora con respecto a los Barómetros de años anteriores. Así, se constata una subida de ocho décimas con respecto al del año 2009 y de cinco décimas con respecto a los datos del año 2007.



Fuente: Barómetro Consumo UCEAsT_2012

Por concejos, dentro de la tónica general de una buena apreciación de la seguridad de los alimentos, es en el Oriente donde un porcentaje más elevado valora los alimentos como «muy seguros» (33,3%) y en Avilés como «bastante seguros» (63,9%) [ver página siguiente].



Fuente: Barómetro Consumo UCEAst_2012

LA SATISFACCIÓN CON LA INFORMACIÓN SOBRE PRODUCTOS Y SERVICIOS

BARÓMETRO DE CONSUMO

La medida en que las personas entrevistadas se consideran informadas sobre los distintos productos y servicios que están a la venta es buena, ya que merece 6,3 puntos sobre 10 (donde 0 significa poco informado y 10 muy informado). Además ha mejorado respecto del Barómetro de 2009 (1,4 puntos más) y 2007 (1,5 puntos más).

Aún así, las personas consumidoras entrevistadas se sienten menos informadas sobre los distintos productos y servicios que confiadas en la seguridad (al menos, en cuanto a los alimentos, cuya seguridad merece 7,1 puntos). Por tanto, podría concluirse que el consumidor muestra una buena predisposición a la información: por una parte, confía en los alimentos y por otra su satisfacción ante la información que recibe como consumidor de productos y usuario de servicios es bastante mejorable. El mensaje es claro: los agentes implicados en el consumo deben esforzarse por ofrecer más y mejor información al consumidor.



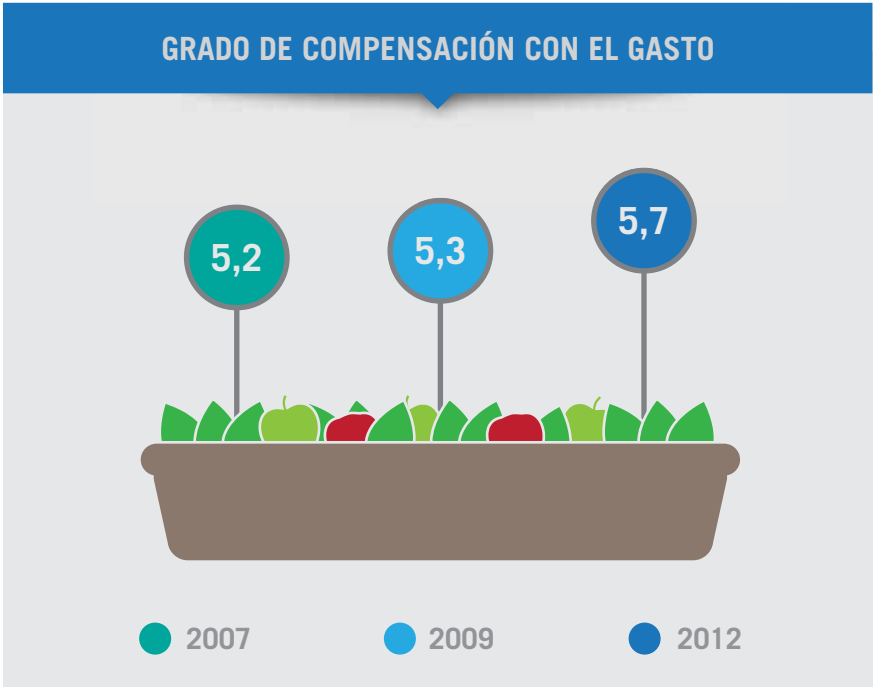
Fuente: Barómetro Consumo UCEAst_2012



COMPENSACIÓN CON EL GASTO EN PRODUCTOS Y SERVICIOS

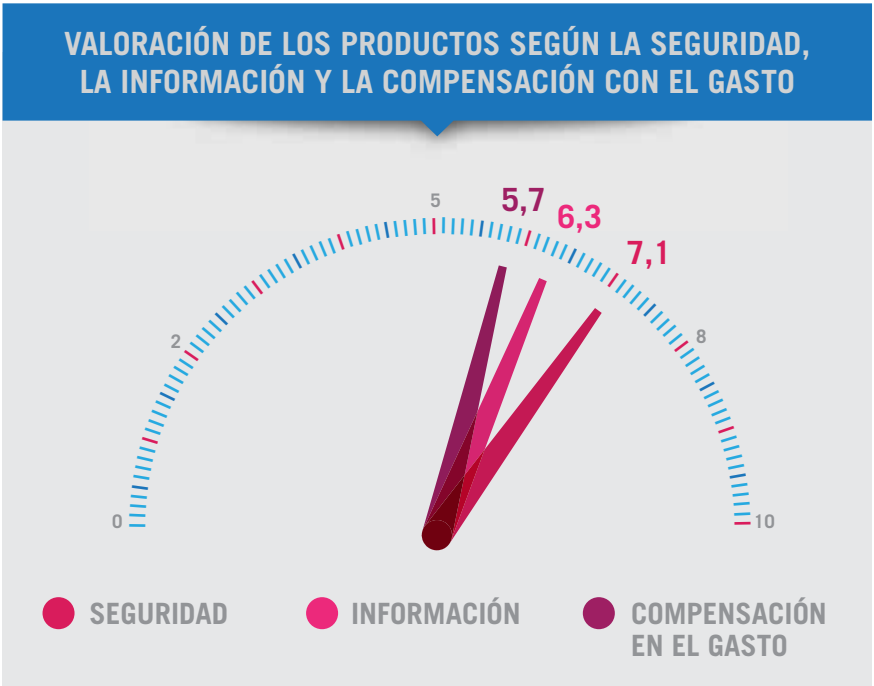
BARÓMETRO DE CONSUMO

La percepción del grado de compensación general por el dinero que se paga por productos y servicios es bastante mediocre, si bien tiene un modesto avance desde 2007 pasando de 5,2 a 5,7 puntos sobre 10.



Fuente: Barómetro Consumo UCEAst_2012

Asimismo, las personas consumidoras entrevistadas se sienten menos compensadas con el gasto (5,7 puntos) que informadas acerca de los distintos productos y servicios (6,3 puntos) o confiadas en la seguridad de los alimentos (7,1 puntos).



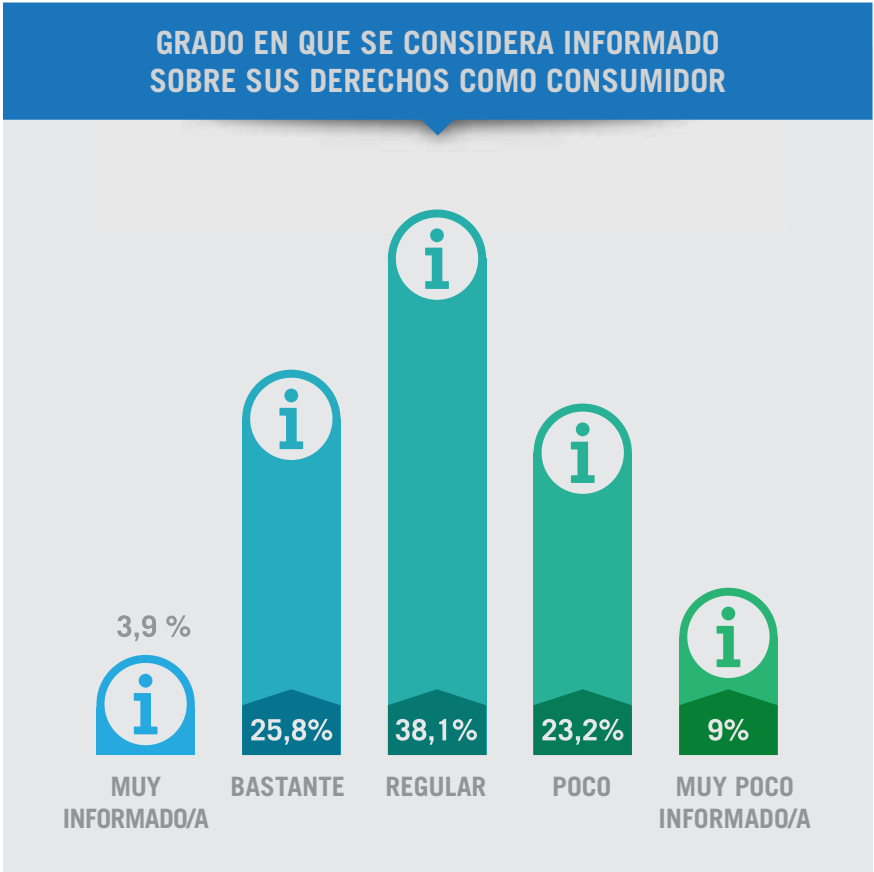
Fuente: Barómetro Consumo UCEAst_2012



GRADO DE INFORMACIÓN SOBRE LOS DERECHOS COMO CONSUMIDOR

BARÓMETRO
DE CONSUMO

La mayoría de las personas entrevistadas, 38,1%, se declara «regular» de informadas acerca de sus derechos como consumidor, seguido del 32,2% que declaran estar «poco» o «muy poco» informadas y el 29,7% que dicen sentirse «bastante» o «muy informadas».



Fuente: Barómetro Consumo UCEAst_2012

La evolución con respecto a los Barómetros de los años anteriores indica que se ha incrementado el porcentaje de las personas que se consideran «regular» de informadas, un 3% con respecto al año 2007 y un 2% con respecto al Barómetro del año 2009. También mejora la percepción de estar «bastante» o «muy informadas» en un 3,6% con respecto a los Barómetros

de ambos años, mientras que desciende la percepción de estar «poco» o «muy poco» en un 6,5% con respecto al Barómetro del año 2007 y en un 5,7% en relación al año 2009.

En resumen, se constata una ligera evolución positiva del grado de información sobre los derechos como consumidor, si bien hay un importante porcentaje de personas (una de cada tres) que siguen considerándose poco o muy poco informadas sobre sus derechos.



CONTRIBUCIÓN DE DISTINTOS AGENTES A LA INFORMACIÓN SOBRE LOS DERECHOS DE LOS CONSUMIDORES

BARÓMETRO DE CONSUMO

Preguntadas las personas entrevistadas acerca de la contribución de distintos agentes a estar mejor informados sobre nuestros derechos como consumidores (en una escala de cero a diez, en la que 0 significa que contribuye poco y el 10 que contribuye mucho), el ranking está liderado por los Medios de Comunicación (5,9 puntos) y las Asociaciones de Consumidores (5,8 puntos). A continuación les siguen el Personal de Atención al Público en los Comercios (5,6 puntos), la Publicidad (5,4 puntos) y la Administración (5 puntos). Situándose en último lugar - no llega al aprobado - la valoración del papel de las Empresas (4,2 puntos).



Fuente: Barómetro Consumo UCEAst_2012

Con respecto al Barómetro del año 2009, los cambios más reseñables en la percepción de quién contribuye más a que estemos mejor informados de nuestros derechos como consumidores son: sube la valoración de los Medios de Comunicación (1 punto más), la Publicidad (0,9 puntos más) y del personal de Atención al Público en los Comercios (0,3 puntos más). Mientras que ha bajado la percepción sobre la contribución de las Empresas (0,6 puntos menos) y, muy ligeramente, de las Asociaciones de Consumidores y de las Oficinas Municipales de Consumo-OMIC (una décima de punto, en ambos casos).

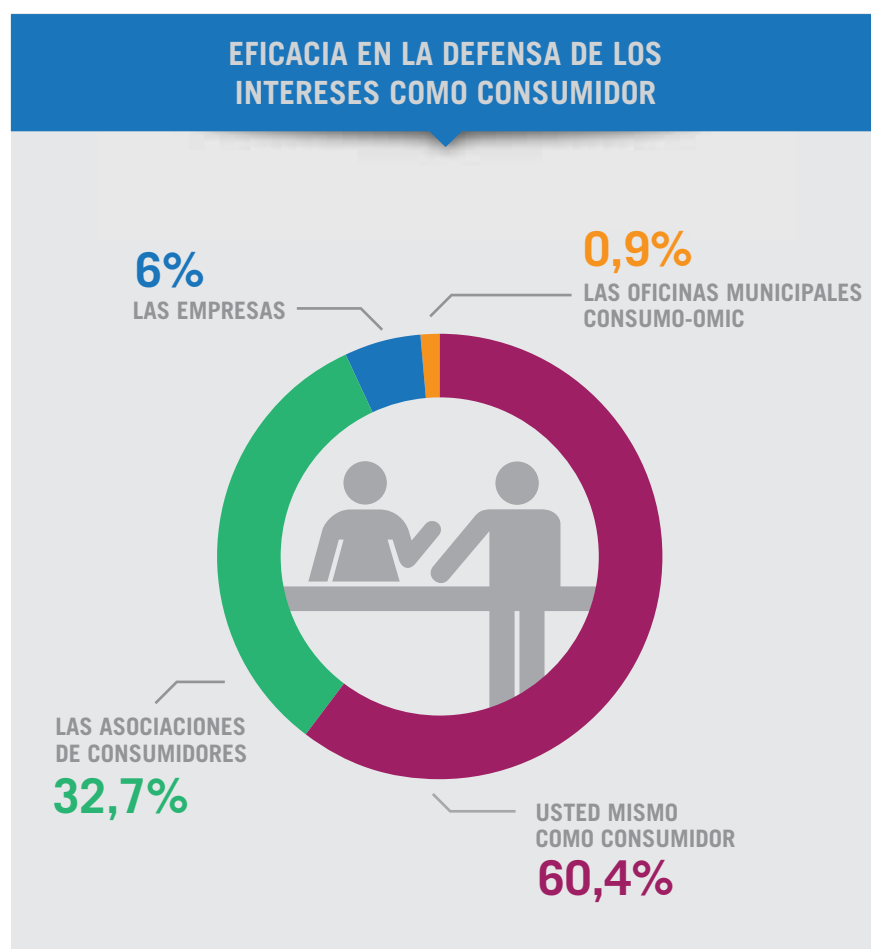
En todo caso, lo más relevante, estadísticamente, es que se constata una relación directa entre la satisfacción con la información recibida acerca de nuestros derechos como consumidores por parte de las Asociaciones de Consumo y la edad, a medida que aumenta la edad aumenta el nivel de satisfacción con ésta información recibida; lo mismo ocurre con el nivel de estudios, a mayor nivel de estudios, mayor satisfacción con la información recibida por parte de las Asociaciones de Consumidores.



EFICACIA EN LA DEFENSA DE LOS INTERESES DEL CONSUMIDOR

BARÓMETRO DE CONSUMO

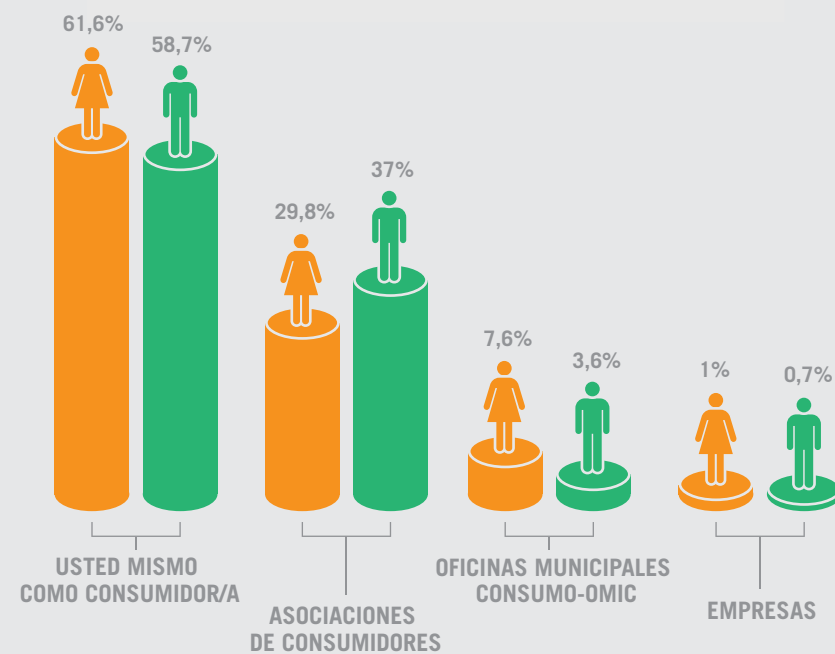
Más del 60% de las personas entrevistadas consideran que ellas mismas son las más eficaces a la hora de defender sus intereses como consumidoras, seguido del 32,7% que deposita su confianza en la acción de las Asociaciones de Consumidores. Mientras que muy pocas personas piensan que quien mejor defiende sus derechos como consumidor son las Oficinas Municipales de Consumo-OMIC (6%) o las empresas (0,9%).



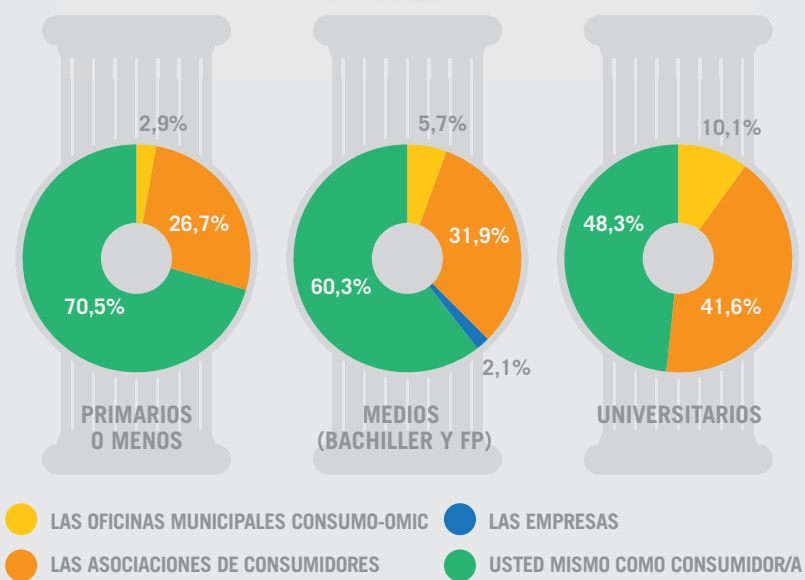
Comparando estos datos con los de los Barómetros de años anteriores crece la posición de la eficacia de los consumidores por si mismos, en un 26% con respecto al año 2007 y en casi un 20% en relación al año 2009. Si bien no hay que descartar una cierta influencia en dicha variación por los cambios en las respuestas, al sustituir «los consumidores por si mismos» (que figuraba en anteriores barómetros) por «usted mismo como consumidor», en este último barómetro. Especialmente si tenemos en cuenta que la valoración de las Oficinas Municipales y Empresas apenas se ha modificado con los años.

Asimismo, las Asociaciones de Consumidores son tenidas como mejor defensor del ciudadano en cuanto que consumidor por los hombres (37%) y crece la valoración de su eficacia entre los grupos de edad más jóvenes (41,2%), entre los adultos, de 35 a 54 años (37,3%), y entre quienes forman parte del grupo con estudios universitarios (41,6%). Por ciudades y comarcas, las asociaciones de consumidores tienen más predicamento en Avilés (40%) y Gijón (36,8%) que en el resto de zonas; donde menos, en el Oriente (18,2%). [ver página siguiente]

EFICACIA EN LA DEFENSA DE LOS DERECHOS DEL CONSUMIDOR SEGÚN SEXO

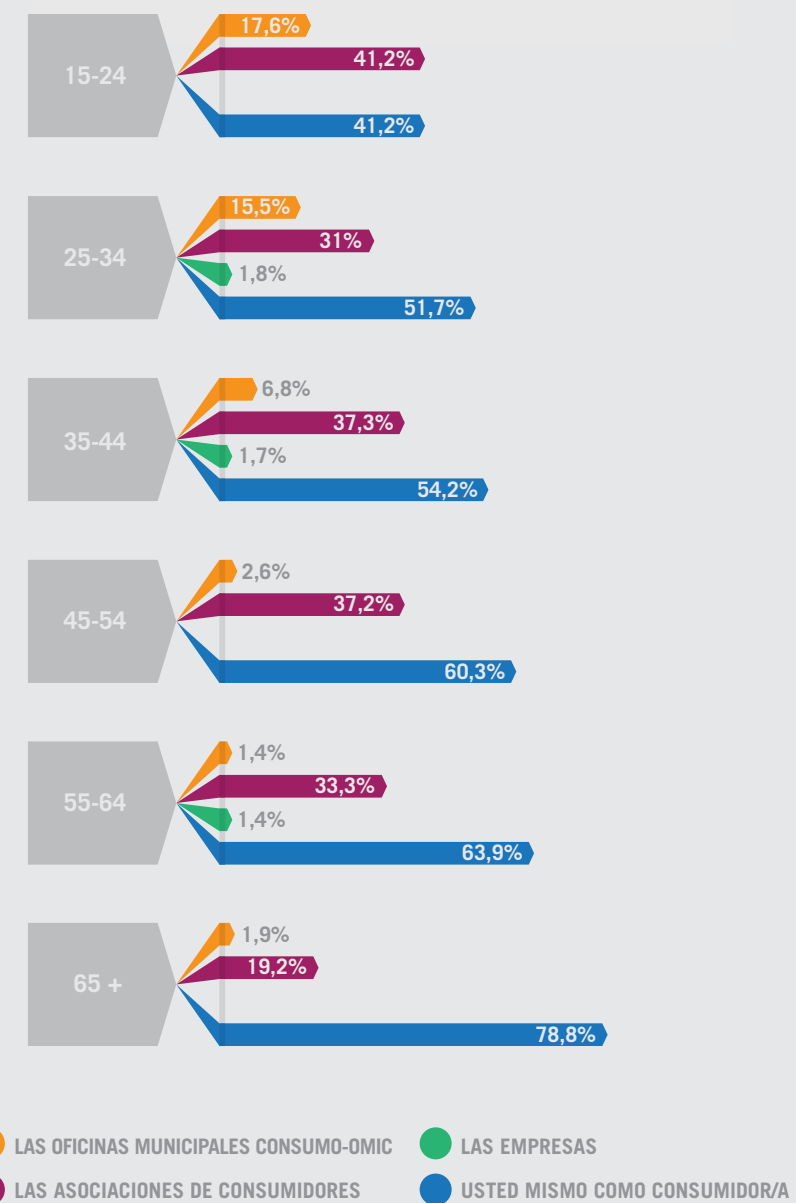


EFICACIA EN LA DEFENSA DE LOS DERECHOS DEL CONSUMIDOR SEGÚN ESTUDIOS



Fuente: Barómetro Consumo UCEAst_2012

EFICACIA EN LA DEFENSA DE LOS DERECHOS DEL CONSUMIDOR SEGÚN GRUPOS DE EDAD



Fuente: Barómetro Consumo UCEAst_2012

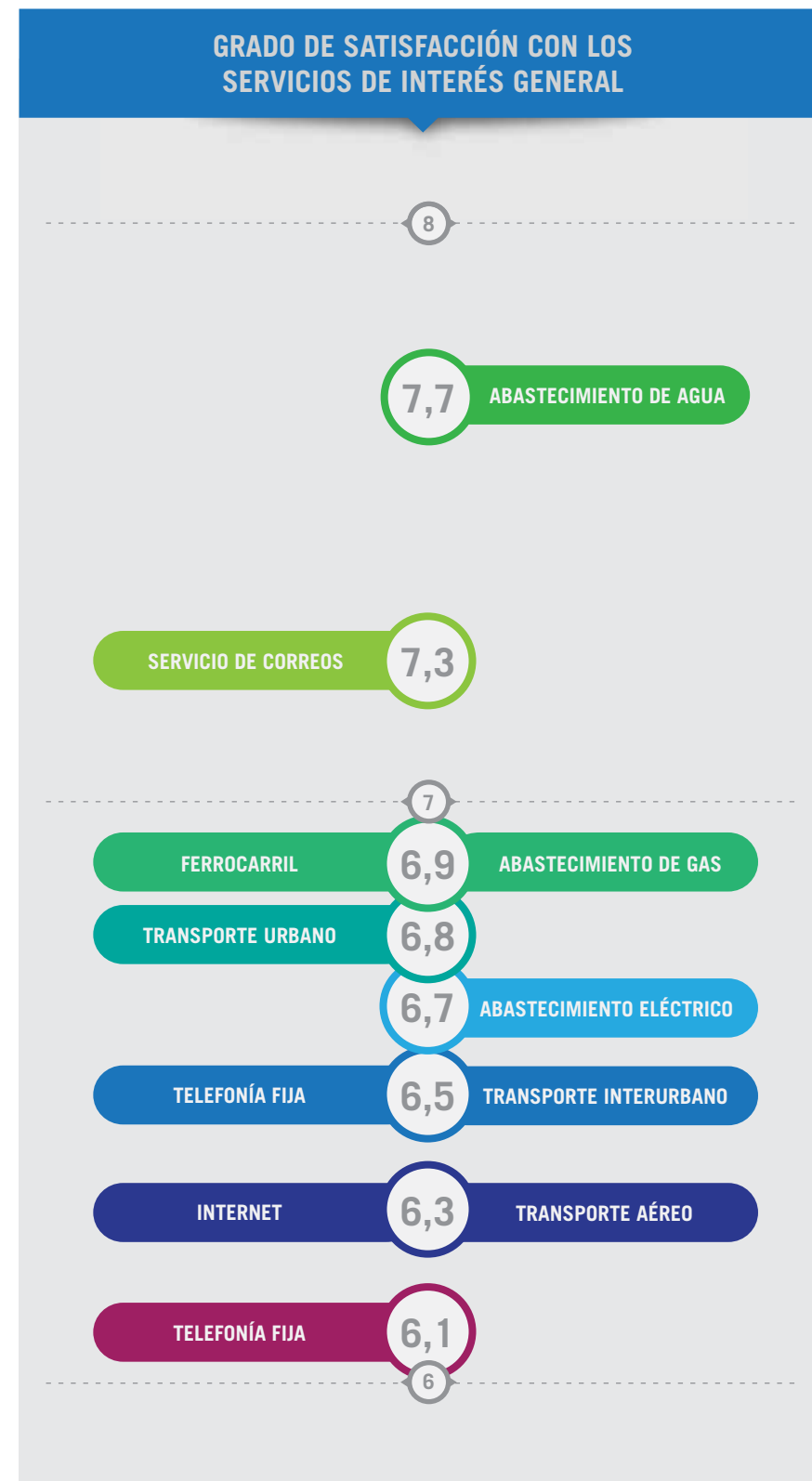


SATISFACCIÓN CON LOS SERVICIOS DE INTERÉS GENERAL

BARÓMETRO DE CONSUMO

Dentro de lo que se conocen como Servicios de Interés General, con los que más satisfechos están los consumidores entrevistados son el Servicio de Agua (7,7 puntos sobre 10) y el Servicio de Correos (7,3 puntos) que alcanzan el nivel de notable, seguido del Abastecimiento de Gas y el Ferrocarril (6,9 puntos). Mientras que los que menos satisfacción suscitan son la Telefonía Móvil (6,1 puntos) y los servicios de Internet y aéreos (6,3 puntos).

La evolución con respecto a los Barómetros anteriores indica que los servicios que más satisfacción generan siguen siendo los servicios de agua, correos, gas y ferrocarril. Manteniéndose como los servicios peor calificados la telefonía móvil, el transporte aéreo e Internet, al tiempo que baja la nota del servicio de abastecimiento eléctrico. [ver página siguiente]



Fuente: Barómetro Consumo UCEAst_2012



SATISFACCIÓN CON OTROS SERVICIOS DE USO COMÚN Y COMERCIOS

BARÓMETRO DE CONSUMO

En lo que se refiere a la satisfacción con otros servicios de uso común y establecimientos comerciales, destaca la satisfacción con el Comercio de Proximidad (7,8 puntos sobre 10) y los Supermercados (7,3 puntos), que alcanzan el nivel de notable. En el otro extremo, los servicios que suspende la ciudadanía son las Cajas de Ahorros (4,2 puntos) y los Bancos (4,3 puntos).



Fuente: Barómetro Consumo UCEAst_2012

Si se comparan estos datos con los del Barómetro de años anteriores, como ocurre con los servicios de interés general, no se observan cambios significativos. Así, se mantienen como los más valorados el comercio de proximidad y los supermercados, en un nivel intermedio los establecimientos de electrodomésticos y de ropa y calzado, mientras que los que obtienen una calificación más baja son bancos, cajas de ahorros y compañías de seguros.

Asimismo, en lo relativo a los establecimientos donde se adquieren productos de alimentación y otros de uso frecuente, parece constatarse una mayor satisfacción dependiendo del mayor o menor trato personal que se da en cada tipo de establecimiento. Así, el tipo de establecimiento que suscita una mayor satisfacción es el pequeño comercio o comercio de proximidad con una puntuación media situada en el notable (7,8 puntos); cinco décimas por encima de los supermercados (7,3 puntos) y a 1,3 puntos de las grandes superficies (6,5 puntos). Destacando, asimismo, que el comercio de proximidad obtiene un promedio de puntuación superior al más puntuado de los servicios de interés general (suministro de agua).



IMPORTANCIA DE LA PROCEDENCIA Y LAS CERTIFICACIONES DE CALIDAD

BARÓMETRO
DE CONSUMO

La ciudadanía entrevistada otorga el máximo grado de importancia a la hora de comprar a la Procedencia Regional y a la Certificación de Calidad del Producto (7,3 puntos), seguido de la Certificación de Calidad del Comercio (6,6 puntos) y por último al Etiquetado Ecológico (5,7 puntos).



Fuente: *Barómetro Consumo UCEAst_2012*

Respecto a los datos obtenidos en el Barómetro del año 2009, existe este año un descenso de la importancia concedida a los parámetros de procedencia y calidad, pero sobre todo al etiquetado ecológico del producto, que registra una reducción de más de un punto y medio.

CONCLUSIONES GENERALES



BARÓMETRO DE HÁBITOS DE VIDA Y SERVICIOS SANITARIOS

El Barómetro de Consumo 2012 recoge el estado de opinión de los consumidores asturianos entrevistados ante los diversos temas que les fueron planteados, obteniendo una serie de medidas que constituyen las coordenadas que definen la situación actual en materia de consumo, tal como es percibida por dichos consumidores. Con esta perspectiva, las principales conclusiones son las siguientes:

- La valoración de la seguridad de los alimentos llega al nivel de notable y ha aumentado en ocho décimas de punto con respecto al barómetro de 2009.
- La valoración de la información que recibimos sobre los distintos productos y servicios que están a la venta alcanza el nivel de aprobado pero sin llegar al notable.
- Una de cada tres personas entrevistadas se consideran «poco/muy poco» informadas acerca de sus derechos. Lo cual reafirma la exigencia de la ciudadanía de estar mejor informados acerca de sus derechos como consumidores y usuarios.
- De los diversos agentes que contribuyen a facilitarnos información sobre nuestros derechos son los Medios de Comunicación y las Asociaciones de Consumidores las mejor valoradas; mientras que las empresas no alcanzan el nivel de aprobado.
- Las personas entrevistadas se sienten moderadamente compensadas con los productos y servicios que adquieren por el precio que pagan por ellos, situándose en el nivel de aprobado.
- Dos de cada tres consumidores consideran que son ellos mismos los más eficaces a la hora de defender sus intereses, seguido de quienes depositan su confianza en la acción de las Asociaciones de Consumidores, un tercio de las personas entrevistadas.
- Dentro de los denominados Servicios de Interés General, los de correos y abastecimiento de agua son los mejor valorados, alcanzando la calificación de notable. Mientras que telefonía móvil, Internet y transporte aéreo son los que menos satisfacen a los consumidores y usuarios.
- En el caso de los Servicios de Uso Común y Frecuente, resalta el comercio de proximidad como el tipo de establecimiento que más satisface a los consumidores y usuarios, alcanzando el nivel de notable y por encima de los supermercados y grandes superficies. Mientras que cajas de ahorros y bancos son los servicios que suspenden y son los peor valorados.
- Por último, a la hora de hacer la compra, los aspectos más importantes para las personas entrevistadas son la procedencia regional del producto y la certificación de calidad.

FICHA TÉCNICA

Universo: Población mayor de 15 años, residente en dieciocho concejos del Centro, el Oriente y el Occidente de Asturias en hogares con teléfono fijo.

Muestra: 757 entrevistas seleccionadas de forma aleatoria y proporcional para cada concejo y cuotas de sexo y edad.

Error muestral: Margen de error del $\pm 5,2\%$ para un nivel de confianza de dos sigmas y bajo el supuesto de máxima indeterminación, es decir $p=q=50\%$.

Tipo de entrevistas: Telefónica mediante cuestionario estructurado, realizadas por M^a del Carmen López González, Eva M^a Rodríguez Encarnación y Noelia Menéndez Suárez

Tratamiento de datos: Supervisión, depuración, codificación y grabación.

