

ESTUDIO - ENCUESTA

Conocimiento y uso de los Sistemas de Reclamación Extrajudicial en materia de consumo

2014



ADICAE

Consumidores críticos,
responsables y solidarios



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE SANIDAD, SERVICIOS SOCIALES
E IGUALDAD

aecosan
agencia española
de consumo,
seguridad alimentaria y nutrición

Con el apoyo del Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad.
Su contenido es responsabilidad exclusiva de la Asociación.

Proyecto "Por la mejora y extensión de la resolución alternativa de conflictos en el sector financiero y en los servicios de interés general"

EDITA:

ADICAE, Asociación de Usuarios de Bancos, Cajas y Seguros
Servicios Centrales
C/ Gavín, 12, local. 50001 Zaragoza
Tel. 976 39 00 60
e-mail: aicar.adicae@adicae.net
www.adicae.net

COLABORA:

AGENCIA ESPAÑOLA DE CONSUMO,
SEGURIDAD ALIMENTARIA Y NUTRICIÓN

DEPOSITO LEGAL:

Z 1778-2014

Tabla de contenido

1. Introducción	3
2. Marco normativo de referencia	6
3. Consultas y reclamaciones por sectores	13
4. Disposición de los consumidores ante la reclamación de sus derechos	21
5. Conocimiento y uso de los sistemas ADR	25
6. Valoración de la experiencia a la hora de reclamar	32
7. Condicionantes sociodemográficos para reclamar: qué y quiénes reclaman	35
8. Conclusiones	48

1. Introducción.

Desde la Unión Europea se pretende impulsar los sistemas alternativos de resolución de conflictos, por esta razón **ADICAE** se ha propuesto como objetivo el dar a conocer a los consumidores los mecanismos existentes para la mejora de la resolución alternativa de conflictos en el sector financiero y en los servicios de interés en general. Los sistemas extrajudiciales existentes, mediación y arbitraje, comparten el objetivo de evitar el procedimiento judicial y de resolver de una forma más rápida las controversias surgidas entre las partes¹.

ADICAE, en el marco del proyecto “**Por la mejora y extensión de la resolución alternativa de conflictos en el sector financiero y en los servicios de interés general**”, para el que cuenta con la colaboración de la **Agencia Española de Consumo y Seguridad Alimentaria (AECOSAN)**, ha preparado una encuesta dirigida a los consumidores para conocer el grado de conocimiento de la existencia, utilización y funcionamiento de los sistemas de reclamación extrajudicial de conflictos tanto en los servicios financieros como en los servicios de interés general.

Este informe recoge los datos de opinión recabados y pretende informar y caracterizar el conocimiento, que los consumidores tienen, sobre estos sistemas.

El presente documento consta de tres partes; en la primera de ellas se desarrolla el marco normativo de referencia en el que se enmarca el estudio y la encuesta, en la segunda, se realiza un recorrido por las frecuencias obtenidas al aplicar el cuestionario, siendo toda la información de los resultados descriptiva. Finalmente, se presentan los datos de acuerdo a variables demográficas (edad, nivel de estudios y situación laboral) que permiten cualificar el perfil de los consumidores y su comportamiento frente a los proble-

¹ Más información: Sistemas ADR: Mediación y arbitraje, ¿los conocemos? – Reclama tus Derechos
blog.adicae.net/reclama-tus-derechos/2014/10/17/sistemas-adr-mediacion-y-arbitraje-los-conocemos/

mas de consumo. No se ha tenido finalmente en consideración la variable de sexo, ya que la información no presentaba diferencias significativas respecto a la muestra general.

Por último, se han incorporado un apéndice, donde se recoge el perfil de los encuestados a través de representaciones gráficas y se ha añadido la ficha técnica.

A lo largo del texto que aquí se presenta, se utilizan indistintamente los términos “sistemas extrajudiciales”, “sistemas de resolución de conflictos” y “sistemas ADR²” Las características que los definen son:

- las partes están de acuerdo en hacer un esfuerzo por evitar la jurisdicción, pero no pueden alcanzar la solución por sí mismas.
- requieren la intervención de una tercera parte imparcial, que conduzca el proceso para llegar a un acuerdo.

Por lo que se refiere a los sistemas de resolución extrajudicial de conflictos, mediación y arbitraje, ambos presentan una serie de diferencias que es importante tener en consideración.

El **arbitraje** es un procedimiento en el que ambas partes acuerdan, de manera voluntaria, la resolución de una diferencia por un tercero (árbitro), siendo su decisión vinculante para ambas partes y emitida mediante un laudo. Dicho laudo, tiene rango de cosa juzgada y su efecto es vinculante y de obligado cumplimiento para las partes pudiéndose solicitar, por vía ejecutiva, el cumplimiento judicial del mismo.

La **mediación**, sin embargo, consiste en un procedimiento por el que ambas partes, aconsejadas por mediadores expertos, intentan acercar posturas para resolver sus diferencias de forma rápida a través de la firma de un

² Acrónimo inglés de “**A**lternative **D**ispute **R**esolution”

acuerdo. Este modelo se basa en la voluntariedad y en la libre decisión de las partes y en la figura del mediador. Es importante señalar que, una vez alcanzado el acuerdo, en caso de no elevarlo a escritura pública ya que la ley no contempla la obligatoriedad del ello, el eventual incumplimiento del mismo implicará la interposición del correspondiente recurso ordinario frente al Órgano Judicial Competente.

A modo de conclusión se puede señalar que en el arbitraje, el tercero implicado (árbitros) tiene la obligación de resolver el litigio mediante una decisión que obliga a las partes. Sin embargo, en la mediación, el mediador se limita a acercar las posturas de las partes, favoreciendo la firma de un posible acuerdo que satisfaga a ambas.

A nivel legislativo, es importante destacar que desde la Unión Europea se están impulsando los sistemas alternativos de resolución de conflictos y para ello se elaboró la **Directiva 2013/11/UE** donde se desarrollan los sistemas ADR que nuestro país ha de incorporar a su ordenamiento jurídico antes de julio de 2015. “La finalidad de la Directiva ADR es la protección de los consumidores, así como garantizar a estos consumidores procedimientos rápidos, efectivos, justos e imparciales para reclamar sus derechos frente a los diferentes problemas o abusos que puedan ser originados en una relación de Consumo”³.

Una de las principales conclusiones que se extrae de este estudio es que los consumidores ponen de manifiesto que ante el hecho de presentar una reclamación existe una falta de confianza en una solución adecuada y un desconocimiento de los mecanismos y derechos. A este fenómeno se suma el hecho de que los sistemas extrajudiciales de resolución de conflictos en consumo son poco conocidos y menos utilizados por los consumidores españoles, en comparación con el ámbito europeo. Sólo uno de cada diez encuestados señala haber utilizado estos sistemas en sus reclamaciones frente a las empresas. La principal razón que se pone de manifiesto en este estudio para no haber acudido a ellos es, en palabras literales, “no sé cómo hacerlo”.

3 Más información en: https://intranet.adicae.net/img-news/uploader1/Estudio_Directiva_ADR_31.pdf

2. Marco normativo de referencia

La **Directiva 2013/11/UE** dispone unos límites a las regulación interna de los Estados miembros y es que la elección del procedimiento ADR no pueda suponer una restricción al acceso a los órganos jurisdiccionales nacionales, y que las entidades de resolución alternativa de conflictos deben ser equiparables en todos los Estados miembros.

2.1 Breve descripción del marco normativo español de arbitraje de consumo

Los sistemas de resolución extrajudicial de conflictos en España han sido desarrollados a través de la normativa estatal, autonómica y local y se basan fundamentalmente en dos tipos de instrumentos institucionalizados para el logro de acuerdos extrajudiciales siendo, principalmente dos: el arbitraje y la mediación de consumo, tal y como se ha indicado en la introducción del presente estudio. Por otro lado aparecen también tipos no institucionalizados o privados de resolución extrajudicial de conflictos como lo son los sistemas de atención al cliente de los comerciantes, conocidos como SAC.

Para poder describir el marco normativo español en materia de derecho a los consumidores es preciso en primer lugar hacer referencia a su inclusión como principio rector de la política social y económica en la Constitución española en el art. 51 que dispone que “los poderes públicos garantizarán la defensa de los consumidores y usuarios mediante procedimientos eficaces, la seguridad, la salud y los intereses económicos de los mismos”.⁴

Mediante esta disposición se hace una llamada a los poderes públicos para que remuevan los obstáculos y actúen a favor de la implantación un sistema eficaz de protección de los consumidores. Un principio de tutela pro consu-

⁴ Ver OROZCO PARDO, Guillermo, en art. 38. “Protección de los consumidores (...)”, pág. 1078, ed. Comares, 2012, “La Europa de los Derechos. Estudio sistemático de los derechos fundamentales de la Unión Europea”, Dir. MONEREO ATIENZA, Cristina y MONEREO PEREZ, Jose Luis. En este artículo se subraya la importancia que tiene la protección del consumidor en el marco de la dinámica del mercado y de la producción en el marco de las políticas sociales y económicas para fomentar la riqueza y el bienestar de los ciudadanos.

matore que deberá informar “la legislación positiva, la práctica judicial y la actuación de los poderes públicos”⁵ y que encuentra su protección constitucional en el título I de la Constitución de tal forma que dicho derecho deberá ser desarrollado por ley para que pueda ser alegado ante la jurisdicción ordinaria ex art. 53,3 de la CE 1978. De tal modo que el derecho de los consumidores se erige como un mandato a los poderes públicos que implica una actitud positiva y que les impone la tarea de promover, prevenir, tutelar y defender a los consumidores y usuarios y que supone la exigencia de garantías institucionales y subjetivas que han de inspirar en su normativa reguladora en sus distintas proyecciones individuales y sociales.

En consecuencia se desarrollaron a través de ley ordinaria el arbitraje de consumo como tipo de arbitraje especial que fue recogido por vez primera en la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios 26/1984 para resolver conflictos de modo extrajudicial que protegiera al consumidor frente a los prestadores de servicios de cualquier clase y que disponía en su artículo 31 que el Gobierno debía establecer previa audiencia de los sectores interesados y de las asociaciones de consumidores y usuarios un sistema arbitral que sin formalidades especiales atendiese y resolviese con carácter vinculante y ejecutivo para ambas partes las quejas o reclamaciones de los consumidores y usuarios.

El arbitraje de consumo - a diferencia del arbitraje ordinario - se caracteriza por ser un servicio integrado por las administraciones públicas que se desarrolló por el RD 636/1993 y que actualmente está regulado por el RD 231/2008 de 15 de febrero.⁶ Una normativa que tardaría casi diez años en adoptarse desde que se publicara la LGDCU (1984) y la Ley de Arbitraje de 36/1988⁷ y que en la actualidad se recoge en los artículos 57 y 58 del Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre por el que se aprueba el texto refundido de la LGDCU y otras leyes complementarias.

5 Ídem cit. nota 23 donde el autor señala que “el principio de protección al consumidor informa a todo el ordenamiento jurídico”, pág. 1081.

6 Real Decreto 231/2008, de 15 de febrero, por el que se regula el Sistema Arbitral de Consumo, BOE núm. 48 de 25 de febrero de 2008.

7 Ley 36/1988, de 5 de diciembre de arbitraje, BOE núm. 293 de 7 de diciembre de 1988, en vigor hasta 26 de marzo de 2004.

Un sistema en el que el Gobierno organiza un procedimiento universal y accesible que tiene como finalidad resolver los litigios planteados entre las partes contratantes con efecto vinculante y ejecutivo y que ha incluido en esta última versión reglamentaria la alternativa de la mediación previa a la resolución arbitral del conflicto (ver art. 38 RD 231/2008) y de la reconvencción (art. 43 RD 231/2008) mediante la garantía de los principios de audiencia, contradicción, igualdad de las partes y gratuidad (art. 41,1 RD 231/2008).

El Real Decreto 231/2008, también regula el arbitraje de consumo electrónico donde destacan dos leyes a aplicar de modo subsidiario como lo son la Ley 34/2002 reguladora de los Servicios de la sociedad de la información y el comercio electrónico,⁸ la Ley de Arbitraje 60/2003,⁹ y la Ley 11/2007, de 22 de junio, de acceso electrónico de los ciudadanos a los servicios públicos,¹⁰ que permite suscribir convenios de arbitraje de modo electrónico u online, un imperativo que viene regulado en el art. 57 número 2 del Real Decreto Legislativo 1/2007.¹¹

2.2 Características del sistema de arbitraje de consumo español

Hasta la aprobación de la **Directiva 2013/11/UE** que exige que nuestra normativa sea adaptada a los principios que consagra - y tal como ya hemos pasado a explicar en el punto 2.2 que precede - el sistema actual de arbitraje español se regula en la Ley de Arbitraje 60/2003, de 23 de diciembre y por el Real Decreto 231/2008 de 15 de febrero por el que se regula el Sistema Arbitral de Consumo así como en el RD Legislativo 1/2007 de 16 de noviembre por el que se aprueba el texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios.

8 Ley 34/2002, de 11 de julio, de servicios de la sociedad de la información y de comercio electrónico, BOE núm. 166 de 12 de julio de 2002.

9 Ley 60/2003, de 23 de diciembre, de Arbitraje, BOE núm. 309 de 26 de diciembre de 2003, en su última versión tras la Ley 11/2011, de 20 de mayo, de reforma de la Ley 60/2003, de 23 de diciembre, de arbitraje y de regulación del arbitraje institucional en la Administración General del Estado.

10 Ley 11/2007 de 22 de junio de acceso electrónico de los ciudadanos a los servicios públicos, BOE núm. 150 de 23 de Junio de 2007.

11 Art. 57.2 R D Legislativo 1/2007, establece que "La organización, gestión y administración del Sistema Arbitral de Consumo y el procedimiento de resolución de los conflictos, se establecerá *reglamentariamente por el Gobierno. En dicho reglamento podrá preverse la decisión en equidad, salvo que las partes opten expresamente por el arbitraje de derecho, el procedimiento a través del cual se administrará el arbitraje electrónico, (...)*".

Este bloque normativo lo que viene a garantizar hasta la fecha son las siguientes prerrogativas a través sobretodo de la adopción del RD 231/2008, de 15 de febrero por que se regula el sistema arbitral de consumo:

- Facilitar la resolución de controversias inferiores a 300 euros siendo un sólo un árbitro y no tres el que resuelva el conflicto;
- Regular el arbitraje de consumo colectivo y el arbitraje electrónico y;
- Crear la comisión de las Juntas Arbitrales de Consumo y el Consejo General del Sistema Arbitral de Consumo.

La primera de las novedades se incluyó en el artículo 19 del RD 231/2008, con el fin de abaratar y agilizar la resolución de controversias de cuantías inferiores a 300 euros que fueran sencillas fue la posibilidad de que un órgano unipersonal pudiera resolver el litigio; siempre que las partes así lo acordasen. A esta designación además pueden oponerse las partes y/o solicitar que por razones de especialidad, que la designación recaiga en otro árbitro especializado” (art. 19.2 y 3 RD 231/2008).

Con lo que, aunque nuestro sistema arbitral de consumo no tenga un límite en su cuantía, el RD establece un límite de tal modo que por una cantidad inferior a 300 , y por falta de complejidad, se podrá dirimir el asunto con un solo árbitro si así también lo acordaran las partes. Un límite que ha sido ampliado por el proyecto de Real Decreto que se espera sustituya el RD 231/2008 ya que en el caso de existir una reclamación inferior a 50 euros se les pudiera dirigir a consumidor y comerciante a un mecanismo de resolución de mediación y en el que también se amplía la cuantía de reclamación para el caso de conflictos de cuantías mayores de 600 euros en los que las partes podrán decidir si quieren que emita el laudo un solo árbitro o la Junta arbitral.

La segunda de las novedades, vienen recogidas en el Capítulo V del RD 231/2008 bajo la rúbrica “disposiciones especiales” en las que se regulan en una primera sección (artículos 51 a 55) se recogen el arbitraje de consumo electrónico; y en una segunda sección, el arbitraje de consumo colectivo (arts. 56 a 62).

En el caso concreto del arbitraje de consumo electrónico, la administración debe proveerse de una aplicación electrónica habilitada para facilitar el acceso a este tipo de reclamaciones por parte de los consumidores que a su vez permita el desarrollo de todo el procedimiento a través de la vía electrónica. Una aplicación que habilita el Ministerio de Sanidad y Consumo (hoy Ministerio de Sanidad, Igualdad y Servicios Sociales) ex art. 51.2 del RD 231/2008, y que utilizará la firma electrónica para asegurar la autenticidad de las comunicaciones a la que sólo se puede acceder si ambas partes han dado su consentimiento expreso.

En el caso del arbitraje de consumo colectivo, se trata de incluir un procedimiento que sume un número determinado o determinable de casos de conflicto individual y que se basen en el mismo presupuesto básico. El RD regula en este caso una acumulación de acciones individuales y que podrá prestarse incluso a que fuera desarrollado por normativa que resulte de aplicación al arbitraje sectorial. Con lo que en realidad tal y como está configurado en el sistema español, este articulado no sirve para proteger intereses colectivos difusos del colectivo de los consumidores sino para que consumidores individuales mediante reclamaciones individuales se les resuelva en un solo procedimiento arbitral acciones individuales en este contexto a modo de acumulación de acciones.¹²

En cuanto a la tercera de las novedades, se ha mencionado que el sistema de arbitraje de consumo español es institucional y es que el RD crea la Comisión de Juntas Arbitrales de Consumo y Colegios Arbitrales especializa-

¹² En relación a este asunto ver el artículo 11.2 de la LEC que establece que “los perjudicados por un hecho dañoso sean de un grupo de consumidores o usuarios cuyos componentes estén perfectamente determinados o sean fácilmente determinables la legitimación para pretender la tutela de esos intereses colectivos corresponde a las asociaciones de consumidores y usuarios y a las entidades legalmente constituidas que tengan por objeto la defensa o protección de estos, así como de los propios grupos afectados”.

dos que tienen como finalidad la resolución de los recursos frente a la admisión o inadmisión de solicitudes de arbitraje; la emisión de informes técnicos dictámenes y recomendaciones; la emisión de un informe preceptivo en la admisión de ofertas públicas de adhesión limitada al Sistema Arbitral de Consumo.

Recursos que son de carácter administrativo y por tanto deben respetar la Ley 30/1992, de 26 de noviembre, de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y del Procedimiento Administrativo Común (BOE núm. 285, de 27 de diciembre), y que es de aplicación supletoria con respecto a la actividad de las juntas arbitrales de consumo (art. 3.2 RD).

En cuanto al marco competencial por el cual la Constitución española y la jurisprudencia del Tribunal Constitucional han diseñado la organización del sistema arbitral (de consumo) español establece que la competencia en materia reguladora del procedimiento arbitral en cuanto al establecimiento y su organización es exclusiva del estado central con base al artículo 149.1.5 y 6 de la CE con lo que las Comunidades Autónomas a pesar de que en sus respectivos estatutos de autonomía hayan introducido la competencia de consumo y a pesar que exista numerosa normativa autonómica al respecto, no pueden legislar sobre los términos del procedimiento arbitral puesto que el arbitraje le ha sido equiparado al sistema jurisdiccional nacional.¹³

En tanto que recae en el principio de tutela judicial efectiva, ya que con el arbitraje de consumo se otorga al consumidor un mecanismo procesal de exigencia de responsabilidad frente a la empresa que contrarresta los procedimientos de reclamación previstos por la LEC, el sistema de arbitraje de consumo ha sido incluido por la jurisprudencia del Tribunal Constitucional como una de entre las competencias estatales el artículo 149 en su número 1 punto cinco.¹⁴ Una competencia exclusiva del Estado en materia de Ad-

¹³ Véase entre otras la STC 61/1991 de 22 de marzo que declaró inconstitucional el párrafo segundo del artículo 31 de la Ley 12/1984, de 28 de diciembre, del Instituto Gallego del consumidor y Usuario

¹⁴ El Estado tiene competencia exclusiva sobre las siguientes materias: administración de justicia” y prosigue en su apartado 6, “legislación mercantil, penal, penitenciaria, legislación procesal, sin perjuicio de las necesarias especialidades que en este orden se deriven de las particularidades del derecho sustantivo de las CCAA.

ministración de justicia y procesal donde las CCAA pueden únicamente regular la actividad de las Juntas Arbitrales pero no la creación misma del órgano arbitral.¹⁵

En este contexto cabe señalar que las CCAA pueden regular la actividad de las Juntas Arbitrales, quedando como competencia del Estado la regulación de los Colegios arbitrales y su funcionamiento.

En cuanto al modo en que las empresas y los comerciantes pueden adherirse al sistema arbitral de consumo en España es a través de las “ofertas públicas de adhesión” a través de las cuales los comerciantes se adhieren al sistema Arbitral de consumo de forma que todas las reclamaciones de los consumidores frente a la empresa adherida podrán resolverse a través de dicho sistema. Un proceso que termina con un laudo arbitral con carácter vinculante y ejecutivo para ambas partes.

Debe utilizarse por tanto un distintivo de adhesión que hará público y notorio que el comerciante o empresa se adhiere al sistema de arbitraje español a través de su página web y quedará registrado en el ministerio como tal.

Por último, y como un punto peculiar a tener en cuenta del sistema arbitral de consumo español es la posibilidad que tiene el comerciante de reconvenir en cualquier fase del procedimiento arbitral. Una posibilidad que ha sido criticada por algunos autores y que no ha modificado el proyecto de Real Decreto que se estima será el instrumento que transpondrá la Directiva ADR.

15 PITA PONTE, Jose María, en el estudio “La implementación del RD 231/2008, de 15 de febrero, por el que se regula el sistema arbitral de consumo” en “Arbitraje y mediación en materia de consumo”, ed. Tecnos, 2012, pág. 30, indica que la creación de los órganos de naturaleza arbitral se reserva en exclusiva a las competencias del Estado central.

3. Consultas y reclamaciones por sectores: Explotación de los datos de la encuesta

El informe de 2013 de la Comisión Europea¹⁶ “Marcador de condiciones del consumidor. Los consumidores en casa en el mercado único” señala:

“El gasto en consumo final de los hogares representa el 56 % del PIB de la UE. Para que la UE pueda salir de la situación de crisis económica en que está inmersa resulta fundamental estimular esta demanda. Solo los consumidores asertivos e informados, que confían en que sus derechos están adecuadamente protegidos, son capaces de tomar buenas decisiones, mejorando así su propio bienestar y estimulando la competencia, la innovación y la integración del mercado interior”.

Esta introducción sirve como punto de partida para incidir en la necesidad e importancia de que el consumidor esté adecuadamente informado y formado y que la invitación al consumo que recibe a diario, goce de todas las garantías.

3.1 Frecuencia de las reclamaciones.

Tal como señala Barral Viñas, I (2010)¹⁷ *“La regulación de los ADR en materia de consumo deriva de que la potenciación de los ADR ha sido consecuencia de la preocupación por la eficacia de los mecanismos de resarcimiento de los consumidores que evitarán los problemas de la vía judicial (procesos lentos y caros).*

Como datos que apoyan la necesidad de incorporar nuevos sistemas que den respuestas a los consumidores se puede consultar la memoria del año

¹⁶ http://ec.europa.eu/consumers/archive/consumer_research/editions/docs/9th_edition_scoreboard_es.pdf

¹⁷ <http://diposit.ub.edu/dspace/bitstream/2445/57468/1/595999.pdf>

2013¹⁸ del Consejo de Consumidores y Usuarios¹⁹ (CCU), donde se indica que: “A lo largo del pasado ejercicio las Asociaciones de Consumidores y Usuarios integradas en el Consejo de Consumidores y Usuarios atendieron un total de 1.249.747 consultas y reclamaciones de los consumidores. Dicha cifra arroja una media de 3.424 consultas y reclamaciones diarias planteadas, en las diferentes estructuras territoriales donde las organizaciones de consumidores están implantadas”.

Encabezan la lista de reclamaciones los sectores de Telecomunicaciones y Banca y Seguros.

ron un total de 1.249.747 consultas y reclamaciones de los consumidores. Dicha cifra arroja una media de 3.424 consultas y reclamaciones diarias planteadas, en las diferentes estructuras territoriales donde las organizaciones de consumidores están implantadas”.

Aunque la tendencia generalizada es la de presentar pocas reclamaciones, los consumidores están aprendiendo a reclamar sus derechos. Tal y como muestran los datos de ADICAE que tramitó, en el año 2008, 168.676 reclamaciones frente a las 253.603 tramitadas en el año 2012. Si bien, aún queda mucho por hacer en la defensa de los derechos de los consumidores.

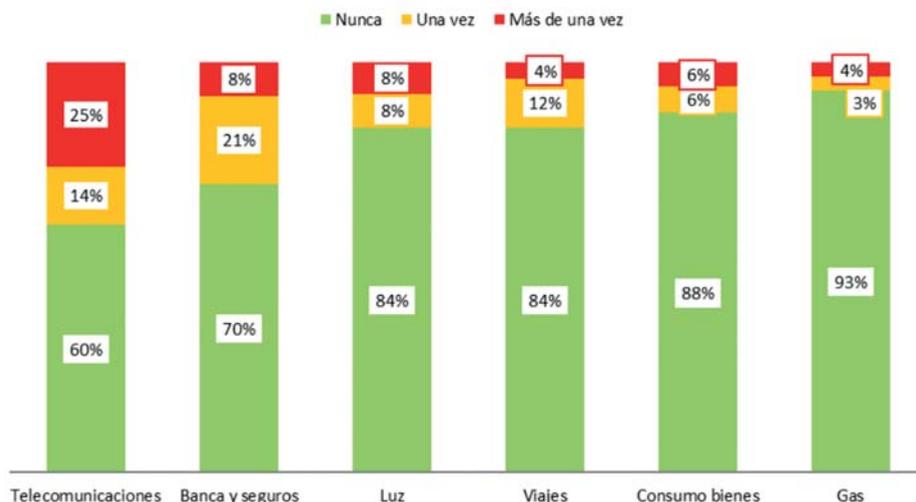
Como se pone de manifiesto en el gráfico 1, el sector de las telecomunicaciones es el que agrupa un mayor número de problemas y diferencias en relación a temas de consumo. Los encuestados manifiestan que, en los últimos tres años, han tenido incidencias en este sector con una frecuencia de una vez o más, para casi el 40% de la muestra. El sector de las telecomunicaciones destaca también por ser el más reincidente: el 25,4% señala haber tenido problemas con estas empresas en más de una ocasión.

Le sigue el sector que agrupa Banca y Seguros con cifras muy próximas (30% de la muestra, casi uno de cada tres personas) ha presentado reclamaciones y, tras ellos, un 16% de los consumidores señalan tener diferencias con las empresas suministradoras de electricidad, donde además se repite la frecuencia de los problemas (esto es, “más de una vez han tenido quejas”).

¹⁸ <http://www.consumo-ccu.es/dictámenes/memoria2013.pdf>

¹⁹ <http://www.consumo-ccu.es/>

Gráfico 1. Frecuencia de problemas y diferencias en temas de consumo en los últimos 3 años por sectores



Con menores frecuencias, se encuentran los sectores de: agencias de viaje y compañías aéreas (identificado en la gráfica como “viajes”), donde un 12% de las personas encuestadas señalan haber tenido diferencias una vez o más. Las grandes cadenas de distribución/consumo de bienes y el sector de empresas suministradoras de gas son las que cuentan con un menor número de reclamaciones, según los encuestados.

3.2 Motivos para reclamar

Resulta fundamental para las empresas ser conscientes de los aspectos que fallan en su relación con el consumidor. La reclamación, que puede parecer negativa, aporta información que permite a las empresas y comercios modificar servicios y atenciones para fidelizar a sus clientes al mejorar su experiencia de compra de productos o servicios.

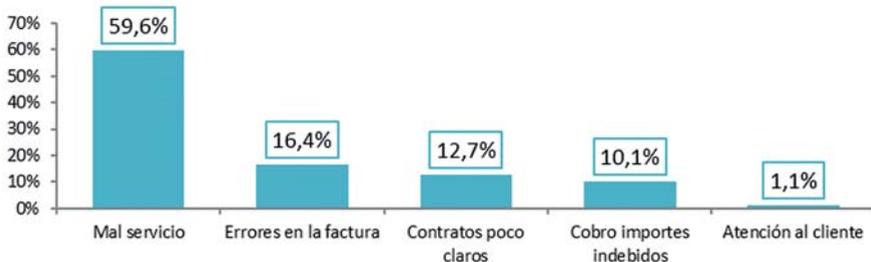
Pero, se debe conocer un poco más de cuál ha sido la razón de esa sugerencia, consulta o reclamación en cada uno de los sectores señalados.

Para ello y, siguiendo un orden de mayor a menor número de reclamaciones, se han identificado los principales motivos para reclamar, en cada uno de los sectores:

3.3 Principales motivos de reclamación en telecomunicaciones.

El principal motivo puesto de manifiesto por los encuestados para presentar una reclamación en el sector de las telecomunicaciones es el “mal servicio”, que destaca con un porcentaje de un 59,6%. A distancia le siguen el “errores en la factura” (16,4%), muy relacionado con servicios que se facturan pero que no han sido solicitados/confirmados por el consumidor y “contratos poco claros”. Otras razones, mencionadas por los consumidores, han sido el “cobro de importes indebidos” o la “atención al cliente”.

Gráfico 2. Principales reclamaciones en el sector de telecomunicaciones



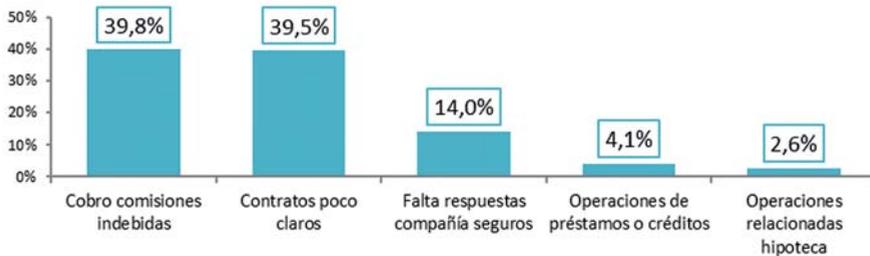
3.4 Principales motivos de reclamación en el sector financiero.

Uno de cada tres encuestados declara haber tenido una vez o más controversias con los servicios de Banca y Seguros. De ellos, casi el 40% señala el “cobro de comisiones indebidas” como motivo de su reclamación. Prácti-

camente con el mismo porcentaje destacan las diferencias con los servicios bancarios y de seguros por “contratos pocos claros”. Aproximadamente, el 15 % de los encuestados apunta como motivo de su reclamación la falta de respuestas por parte de la compañía de seguros y prácticamente un 6% de la muestra señala haber presentado reclamaciones en relación a operaciones de préstamos, créditos o hipotecas, tal y como se muestra en el Gráfico 3.

“Comisiones” y “contratos poco claros”, principales reclamaciones del sector financiero.

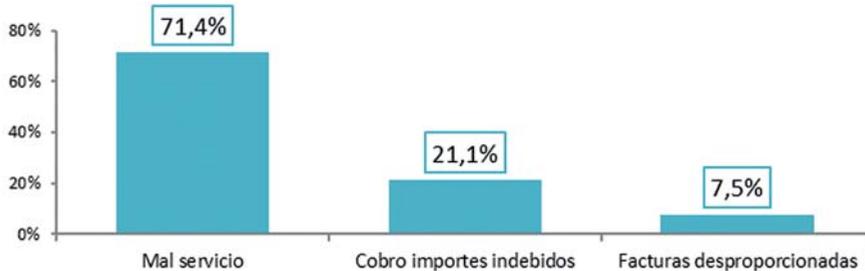
Gráfico 3. Principales reclamaciones en el sector financiero.



3.5 Principales motivos de reclamación en el sector de electricidad.

Por lo que se refiere al sector de las empresas eléctricas, de nuevo, las mayores discrepancias se encuentran en relación al “mal servicio” y así lo ponen de manifiesto casi tres cuartas partes de los encuestados. El segundo de los problemas, que afecta a 1 de cada 5 personas de la muestra, es el “cobro de importes indebidos” y finalmente, casi un 10% de los encuestados, ponen de manifiesto discrepancias en relación a “facturas desproporcionadas”; posiblemente debido a la aplicación de las lecturas de contador no real con *facturas sobre el consumo estimado*. Sin duda, los cambios aplicados este año se ven reflejados en la información aportada por los consumidores.

Gráfico 4. Principales reclamaciones en el sector de electricidad

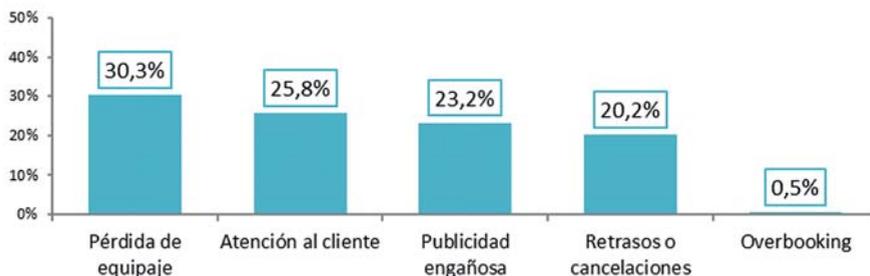


3.6 Principales motivos de reclamación en el transporte aéreo

Este sector, como ya se ha señalado anteriormente, es uno de los que presenta un menor número de reclamaciones (un 15,9%). Los motivos de reclamación son desde la “pérdida de equipaje”, que afecta a más de un cuarto de los entrevistados, la “atención al cliente”, como señala más de un 25% de los entrevistados; la “publicidad engañosa” que afecta a casi una de cada cuatro personas o “los retrasos o cancelaciones”, que fue motivo de reclamación para una de cada cinco personas. Como se pone de manifiesto en el gráfico 5 el overbooking no ha constituido una de las grandes diferencias para presentar una reclamación.

“Pérdida de equipaje” y “atención al cliente” principales reclamaciones en el transporte aéreo.

Gráfico 5. Principales reclamaciones en el transporte aéreo



3.7 Principales motivos de reclamación en compras en las grandes cadenas de distribución.

Para un 40% de los encuestados, la “publicidad engañosa” fue uno de los principales motivos de reclamación ante las grandes cadenas de distribución. En segundo lugar, y tal y como se pone de manifiesto en el gráfico 6, más de un cuarto de los encuestados señalan la “falta de atención en la garantía” como segundo motivo de reclamación, seguido de un “mal servicio”, motivo de reclamación que apuntan casi un 25% de los encuestados. Finalmente, sólo un 4%, señala haber puesto una reclamación en relación a un “producto defectuoso”.

“Mal servicio” una reclamación presente en muchos sectores.

Gráfico 6. Principales reclamaciones en compras en las grandes cadenas de distribución

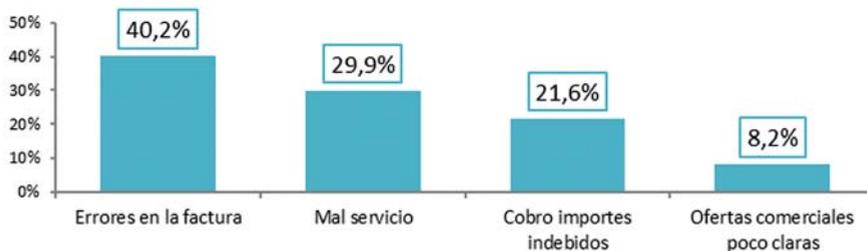


3.8 Principales motivos de reclamación en las empresas suministradoras de gas.

A la hora de identificar los motivos de reclamación de los consumidores hay que advertir que el porcentaje de encuestados que ha señalado haber presentado reclamaciones en los últimos tres años en este sector es relativamente bajo (aproximadamente el 6%). Una vez aclarada esta cuestión, se recogen en esta explotación, los motivos de reclamación de los consumidores con las empresas suministradoras de gas, siendo el principal motivo,

para un 40% de los encuestados los “errores en la factura”. Asimismo casi un 30% de las personas de la muestra pone de manifiesto haber presentado una reclamación en relación al “mal servicio” y casi 1 de cada 4 consumidores señala el “cobro de importes indebidos” como el principal motivo de reclamación. Casi uno de cada diez consumidores ha puesto de manifiesto haber presentado una reclamación por motivo de “ofertas comerciales poco claras”.

Gráfico 7. Principales motivos de reclamación en las empresas suministradoras de gas.



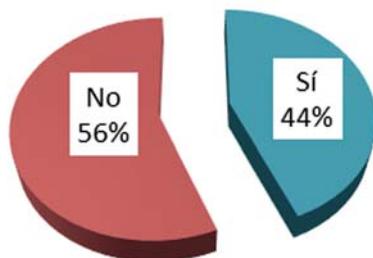
A grandes rasgos, se pone de manifiesto que el principal motivo de reclamaciones para los servicios de interés en general es, fundamentalmente, el mal servicio proporcionado, así como el cobro de importes indebidos o errores en la factura. Los sectores como el transporte aéreo, o las compras en las grandes cadenas de distribución se hacen eco de las reclamaciones presentadas por los consumidores debido a publicidad engañosa, falta de cumplimiento de la garantía o pérdida de equipaje, en el caso del transporte aéreo. Por lo que al sector financiero se refiere los consumidores presentan reclamaciones, en mayor medida, debido al cobro de comisiones indebidas, así como de la existencia de contrato poco claros.

4. Disposición de los consumidores ante la reclamación de sus derechos.

Como se pone de manifiesto en este estudio, una amplia mayoría de los consumidores manifiesta haber presentado reclamaciones en relación al servicio ofrecido ante el sector financiero y las compañías de interés general. Este apartado trata de recoger cuál ha sido la respuesta ante ese abuso o vulneración de sus derechos.

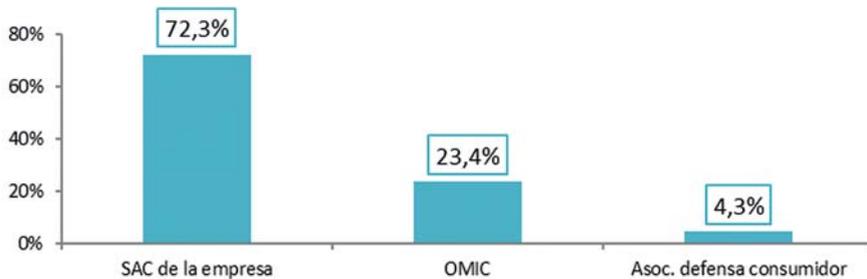
Como se puede observar en el gráfico 8, el 44% de la muestra afirma haber reclamado ante un mal servicio o un mal producto.

Gráfico 8. Porcentaje de la muestra que ha presentado alguna vez una reclamación



A la hora de presentar la reclamación, la mayoría -siete de cada diez encuestados (72,3%)- se dirigieron al Servicio de Atención al Cliente (SAC) de la empresa o del establecimiento. Si bien, tres de cada diez encuestados tramitaron su reclamación a través de la OMIC, oficina municipal de Información al Consumidor o a través de una asociación de defensa del consumidor (23,4% y 4,3%, respectivamente).

Gráfico 9. Lugar en el que se presentó la reclamación



Pocos consumidores se informan de sus derechos.

Es importante tener en consideración que muchos consumidores acuden a los Servicios de Atención al Cliente de la empresa con la que presentan controversias en primer término y, posteriormente, ante una falta de respuesta satisfactoria por parte de estas entidades; acuden a las asociaciones de consumidores, para informarse con mayor profundidad

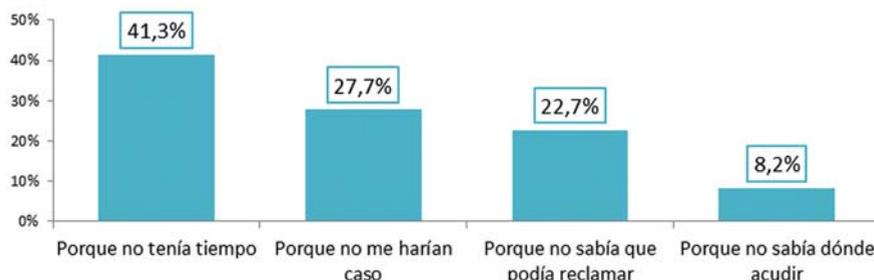
de sus derechos. Desde ADICAE se está haciendo una labor de **empoderamiento del consumidor** para que conozca sus derechos antes de dirigirse a los SAC de las empresas y puedan, de ese modo, exigir su respeto.

Por otro lado; el consumidor manifiesta tener poca confianza en obtener una respuesta satisfactoria al reclamar. Ello se deduce de la respuesta que ofrecen al indicar los motivos quienes, pese a tener una diferencia con la empresa o establecimiento, decidieron no presentar una reclamación.

Teniendo en consideración las motivaciones que señalan los consumidores en sus respuestas para no presentar su reclamación; los **motivos para no reclamar** se pueden clasificar en dos grandes grupos:

- el primero, incluiría las respuestas que denotan la **falta de confianza** en una solución adecuada y, que identifica la presentación de la reclamación con una “**pérdida de tiempo**”: un 41,3% de la muestra señala que “*no tenía tiempo*” y un 27,7% considera que “*no me harían caso*”.
- el segundo, identifica las situaciones de **falta de información / desconocimiento**: un 22,7% de los respondientes (casi una de cada cuatro personas) indica que “*no sabía que podía reclamar*” y un 8,2% que “*no sabía dónde acudir*”.

Gráfico 10. Motivos para no presentar reclamación

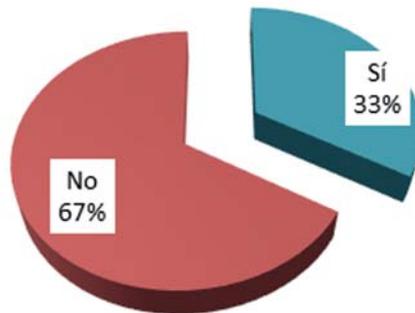


Esta **falta de información** que se recoge como uno de los dos motivos principales para no presentar una reclamación, tiene de nuevo su confirmación cuando se le pregunta al encuestado si ha acudido en algún momento a informarse sobre sus derechos a alguna asociación del consumidor. Tal y como se pone de manifiesto en el gráfico 11, solamente un 33% de los encuestados, es decir, sólo uno de cada tres, ha acudido a informarse de sus derechos ante alguna asociación de consumi-

Falta de información y falta de confianza, las dos grandes razones para no reclamar.

dores; lo que implica que dos de cada tres consumidores desconoce sus derechos y, por ende, se ve indefenso ante una vulneración de los mismos.

Gráfico 11. ¿Se informó de sus derechos en alguna asociación de consumidores?



Por otro lado, **la falta de confianza**, identificando la reclamación con una pérdida de tiempo y la creencia de uno de cada cuatro encuestados de que “no le haría caso”, tal y como se recoge en el gráfico 10, pone de manifiesto la necesidad de los consumidores de su empoderamiento, y de la necesidad de acudir a las asociaciones de consumidores para informarse de sus derechos ante los abusos de las grandes empresas.

5. Conocimiento y uso de los sistemas ADR.

El 18 de junio de 2013 se publicó la Directiva 2013/11/UE relativa a la Resolución Alternativa de Litigios en materia de Consumo - más conocida como Directiva ADR- cuya principal finalidad es la protección de los consumidores, así como garantizar a estos consumidores procedimientos rápidos, efectivos, justos e imparciales para reclamar sus derechos frente a los diferentes problemas o abusos que puedan ser originados en una relación de Consumo.

En España disponemos de diversos canales para la resolución extrajudicial de conflictos: la conciliación, la mediación o el arbitraje (a través de organismos institucionalizados), o la utilización de servicios de carácter privado como los de atención al cliente entre otros²⁰.

Los sistemas extrajudiciales de resolución de conflictos están poco introducidos en nuestra cultura como consumidores. Aunque en otros países europeos de nuestro entorno, gozan de gran popularidad, en España aún no han despegado; siendo la extensión de su uso y su conocimiento como consumidores el principal reto cara al futuro.

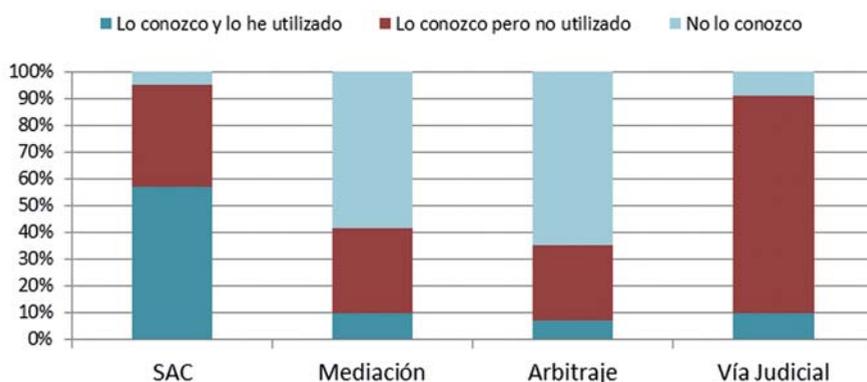
Sin embargo, se debe señalar que uno de los principales problemas de los ADR es la necesidad, como paso previo, de acudir a los Servicios de Atención al Cliente (SAC) de las empresas. Los Servicios de Atención al Cliente en España sólo son meras operaciones de marketing que le sirven a la empresa como canal de información de lo que ocurre con sus clientes y como intento interesado de solucionar el problema sólo si la empresa tiene más que ganar que perder, no por el hecho de que el consumidor tenga razón o de que se reconozca sus derechos.

20 Información extraída de ADICAE: https://intranet.adicae.net/img-news/uploader1/Estudio_Directiva_ADR_31.pdf

5.1 Vías de resolución para reclamaciones relativas a consumo

Según señalan los consumidores encuestados, una mayoría²¹ conoce las vías más difundidas, tanto los servicios de atención al cliente como la reclamación por la vía judicial. En cambio, los sistemas extrajudiciales (mediación y arbitraje) son desconocidos para más de 60% de los encuestados.

Gráfico 12. Vías de resolución de conflictos de consumo conocidas por lo encuestados



Como se pone de manifiesto en el gráfico 12, más de la mitad de los encuestados conoce y ha utilizado los Servicios de Atención al Cliente. En contraposición, solamente uno de cada 10 encuestados manifiesta conocer y haber empleado mediación, arbitraje o incluso la vía judicial para resolver controversias relativas a consumo. Es alarmante el hecho que refleja la encuesta, más de la mitad de los encuestados pone de manifiesto no conocer, ni siquiera, los sistemas alternativos de resolución de conflictos. Como conclusión cabe señalar que son ampliamente conocidos por los consumidores el SAC y la vía judicial, independientemente de que se haya empleado en mayor o menor medida, si bien los Sistemas ADR, es decir, mediación y arbitraje son los grandes desconocidos para el consumidor español.

²¹ Porcentajes superiores al 90% en ambos casos

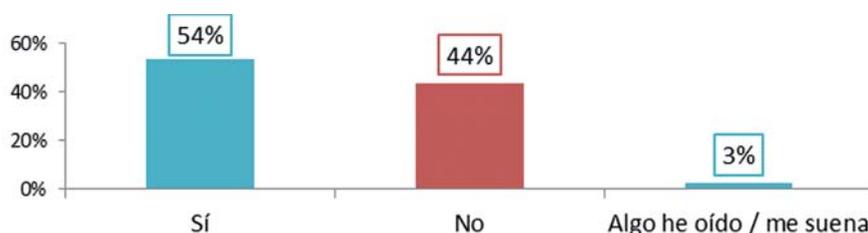
5.2 Valoración de los sistemas ADR

Con el fin de valorar más en profundidad el conocimiento que los consumidores tienen de los sistemas extrajudiciales, se han planteado cuestiones para ponerles en situación como la siguiente:

“En caso de no resolver sus diferencias con una empresa determinada, o hacerlo en parte, ¿usted conoce que como consumidor puede llegar a un acuerdo con las empresas a través de vías alternativas a la vía judicial, como la mediación o el arbitraje?”

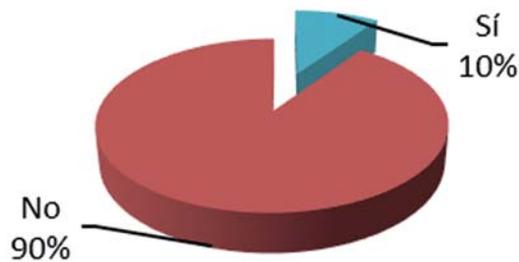
La respuesta a la misma, como se puede observar en el gráfico 13, pone de manifiesto que más de la mitad de la muestra, un 54% afirma conocer esa posibilidad, un 3% indica que “algo ha oído pero no lo conoce muy bien” y el resto, un 44% lo desconoce.

Gráfico 13. ¿Conoce que puede llegar a un acuerdo con las empresas a través de vías alternativas a la vía judicial?



Este desconocimiento puesto de manifiesto por la muestra se encuentra correlacionado con el poco empleo de los mismos ya que sólo 1 de cada 10 personas ha acudido a ellos para resolver algún problema en materia de consumo, como se puso de manifiesto en el gráfico 12 y como, nuevamente, se recoge en el gráfico 14.

Gráfico 14. ¿Ha acudido a este tipo de vías extrajudiciales para resolver algún problema de consumo con las empresas?



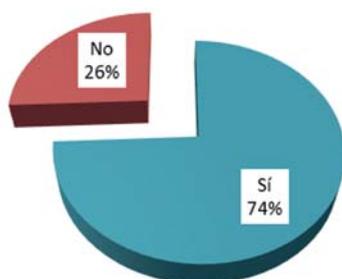
Pero la razón de esa falta de uso no parece estar en que no los consideren adecuados; sino más bien en un desconocimiento generalizado de los mismos. De hecho, la mayor parte de los encuestados, afirma que lo utilizaría en un futuro, sin distinguir el sector. En todo caso, un 25% tiene dudas de si hacer uso de ellos o no, posiblemente debido al desconocimiento de los sistemas extrajudiciales de resolución de conflictos, siendo la extensión de su conocimiento y empleo en temáticas de consumo el principal reto para los próximos años.

Gráfico 15. Sectores de utilización de los ADR



Como se pone de manifiesto en el gráfico 15, ni el sector de consumo ni el tamaño de la empresa con la que se origine el conflicto, presentan diferencias en cuanto a la elección de los sistemas ADR para resolver reclamaciones. Así se deduce cuando el 74% afirma que utilizaría estas vías alternativas a la vía judicial en caso de que el conflicto sea con una gran empresa y en caso de tener mayor información en relación a los ADR; tal y como se muestra en el gráfico 16.

Gráfico 16. ¿Acudiría a este tipo de vías alternativas en caso de diferencias con una gran empresa?



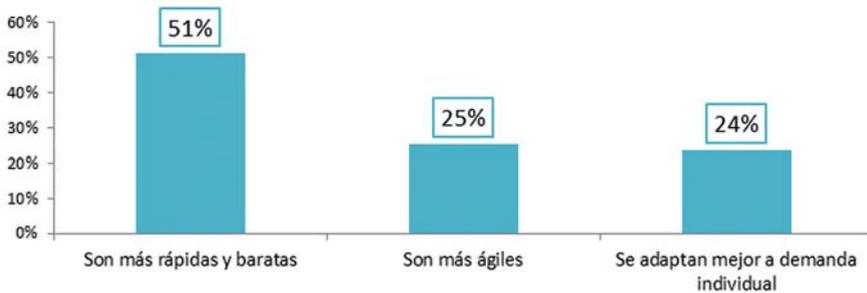
Las razones por las que se decide acudir a las vías alternativas de resolución de conflictos quedan recogidas en el gráfico 17 de manera rotunda y pudieran resumirse del siguiente modo:

- Más de la mitad de los encuestados consideran que los sistemas extrajudiciales de resolución de conflictos **son más baratos que la vía judicial**;
- Uno de cada cuatro consumidores considera que son **más ágiles** y
- por último, un 25 % de los encuestados cree que **se adapta mejor** este tipo de vías cuando la demanda es individual y no se cuenta con la fuerza de la demanda colectiva.

Los consumidores valoran positivamente los menores costes económicos de los sistemas ADR.

En resumen se puede decir que los consumidores valoran positivamente que en los sistemas ADR los costes económicos son menores en relación con los costes de la vía judicial, son sistemas más ágiles y, finalmente, se adaptan mejor a la demanda individual frente a la demanda colectiva.

Gráfico 17. Razones para acudir a los sistemas ADR

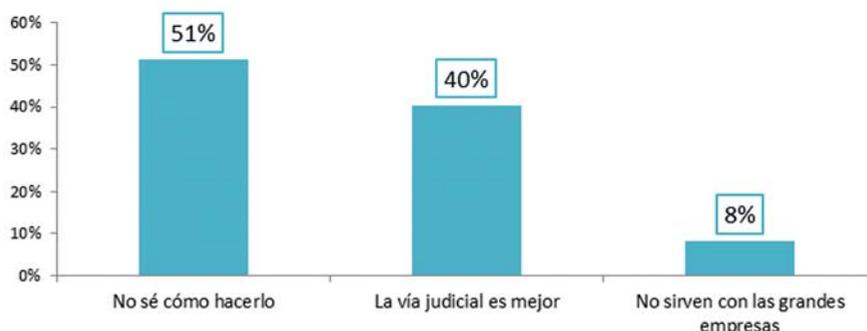


Entre los consumidores que consideran que no optarían por los sistemas ADR, el motivo principal que señalan la mitad de ellos (51%) es que desconocen cómo hacerlo; tal y como se muestra en el gráfico 18. Asimismo uno de cada 10 encuestados considera que no serían útiles para controversias con grandes empresas y finalmente, un 40% de la muestra sigue considerando que la vía judicial es mejor opción.

Los consumidores señalan como motivo para no acudir a los sistemas ADR que “no saben cómo hacerlo”.

Como se ha puesto de manifiesto en varias ocasiones a lo largo de este estudio, y se recoge en el siguiente gráfico, existe un gran desconocimiento de los sistemas ADR por parte de los consumidores. Su difusión, formación e información de la existencia de vías alternativas a la resolución de conflictos en temas relativos al consumo será el reto en los próximos años.

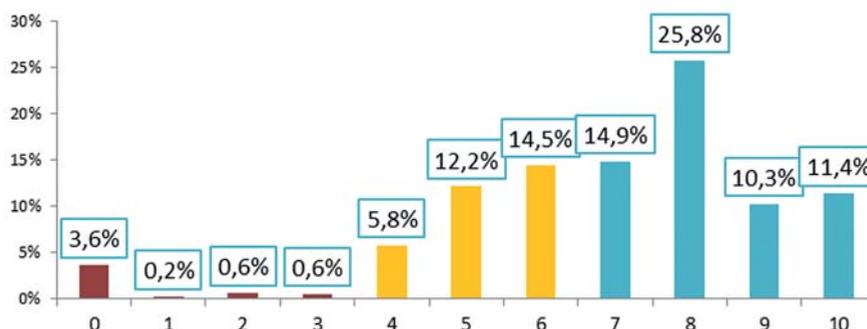
Gráfico 18. Razones para no acudir a los sistemas ADR



En el gráfico 19 se recoge la puntuación que los encuestados otorgan a la existencia de estas vías alternativas para la resolución de conflictos del consumidor con grandes empresas.

La puntuación posible se ha establecido en una escala de 0 a 10, donde 0 se identificaba con “negativamente” y 10 “muy positivo”. Se puede observar la distribución de puntuaciones, donde más del 60% de los consumidores otorgan puntuaciones superiores a 7 y solamente uno de cada diez encuestados puntual la existencia de los ADR para la resolución de conflictos con las grandes empresas por debajo de 4, siendo la media de valoración un **6,92**

Gráfico 19. Valoración de los ADR en conflictos con grandes empresas.



6 Valoración de la experiencia a la hora de reclamar

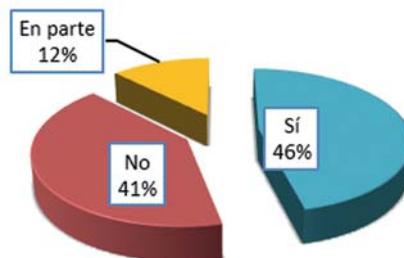
Notas bajas para los sistemas actuales, por desconocimiento y por falta de respuesta.

Para poder valorar la experiencia del consumidor respecto a los sistemas ADR, las preguntas se han basado en conocer su satisfacción respecto a los Servicios de Atención al Cliente, los sistemas ADR: mediación y arbitraje y, por último, la vía judicial.

6.1 Servicio de Atención al Cliente (SAC)

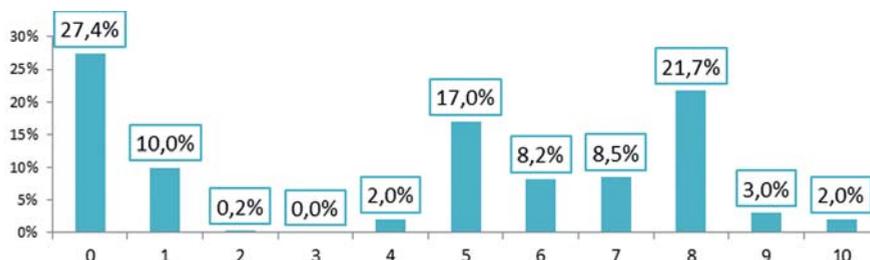
Tal y como se pone de manifiesto en el gráfico 20, más de la mitad de los consumidores, el 53% no se muestra satisfecho con la respuesta de los Servicios de Atención del Cliente.

Gráfico 20. Satisfacción con los SAC



Este aspecto tiene su reflejo en la calificación de “insuficiente” basada en una nota de 0 a 10 tal como se puede ver en el gráfico 21. La puntuación media obtenida para este ítem ha sido de 4,32 (donde 0 es “pésimo servicio” y 10 “excelente servicio”) suspenso claro reforzado por el hecho de que un casi el 40% ha puntuado por debajo de 1 y un 60% por debajo de 6. Destaca estrepitosamente el hecho de que 1 de cada 4 consumidores valoran los SAC con un 0.

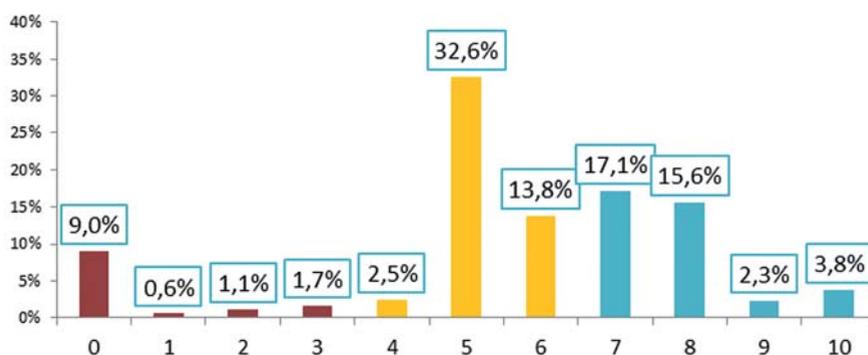
Gráfico 21. Valoración del servicio recibido por parte del SAC



6.2 Sistemas ADR: mediación y arbitraje

A la hora de valorar los sistemas ADR, identificando la mediación y el arbitraje como los que más habitualmente se aplican en consumo, se les ha solicitado que puntúen de 0 a 10, siendo 0 una calificación de “ineficiente” y 10 “Muy eficiente”.

Gráfico 22. Valoración de los sistemas de mediación y arbitraje.



En este caso, la puntuación media obtenida ha sido de 5,66 con una valoración de “eficiente” y donde se sitúa más de un 30% de los encuestados. Solamente un 15% de la muestra valora entre 0 y 4 los sistemas ADR y una de cada dos personas otorga una puntuación por encima de 6.

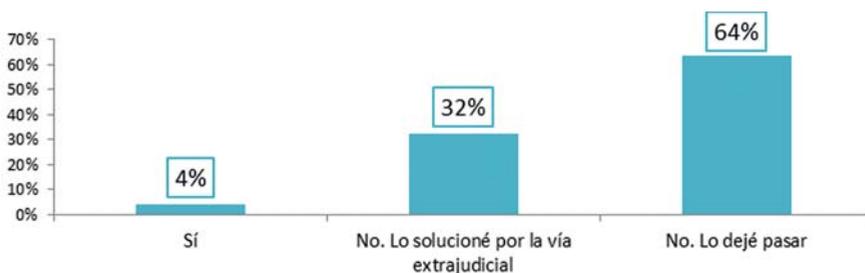
6.3 Eficiencia de la vía judicial.

Para el consumidor actual la vía judicial no es eficiente.

Lo cierto es que la vía judicial, como sistema para reclamar, tampoco se considera eficiente por parte del consumidor. En la misma escala del apartado anterior, la puntuación obtenida por el sistema judicial es de **4,58**, por debajo de ese aprobado y con una valoración de “**poco eficiente**”.

Las grandes empresas asustan al consumidor, y por lo que parece, la vía judicial no les parece la adecuada para resolver sus conflictos. Así se puede ver reflejado en el gráfico 23 donde sólo un 4% ha interpuesto una demanda a una gran empresa por esa vía y más de un 60% de los consumidores no pusieron ningún tipo de demanda, dejando pasar la controversia.

Gráfico 23. ¿Ha acudido alguna vez a la vía judicial para resolver sus problemas con una gran empresa?



7. Condicionantes sociodemográficos para reclamar: qué y quiénes reclaman

Este epígrafe tiene como objetivo conocer el perfil sociodemográfico del consumidor que presenta reclamaciones en función de los tres apartados desarrollados anteriormente; es decir:

- Motivos y reclamaciones
- Conocimiento y utilización de sistemas de reclamación y
- Valoración de la experiencia a la hora de reclamar

7.1 Perfil de los reclamantes por sectores de consumo

Una segregación de la información en función de las características socio-demográficas de la muestra permite dar unos perfiles según las siguientes variables:

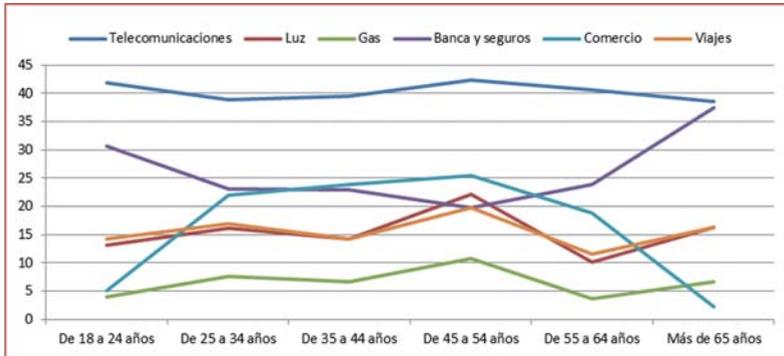
- Edad
- Nivel de estudios finalizados
- Situación laboral en la que se encuentran

Para realizar el cálculo sobre las reclamaciones o problemas se ha tenido en cuenta la información aportada por los encuestados al señalar en el estudio que han tenido diferencias con las diferentes compañías “una vez o más en los últimos tres años”²².

²² Los datos porcentuales que aparecen al lado de la característica demográfica han de interpretarse siguiendo la lógica: “el x% del grupo de población (ej. de las personas jóvenes o de los estudiantes o de las personas con estudios medios) ha manifestado tener problemas con este sector”

Perfil del reclamante en función de la edad

Gráfico 24. Sectores y edad



Según la variable de edad:

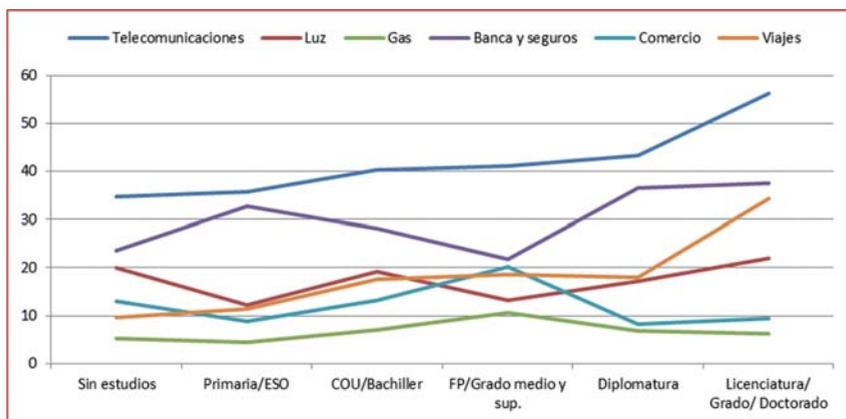
- Los **sectores de las telecomunicaciones y el financiero** son los que generan más reclamaciones tanto a las personas más jóvenes, con edades **entre 18 y 24 años**, como a las **personas mayores de 65 años**. En telecomunicaciones, el motivo es de nuevo el “**mal servicio**” mientras que, en el sector financiero los motivos son, por orden de mayor a menor frecuencia de respuesta “**cobro de comisiones indebidas**” y “**contratos pocos claros**”
- **Una de cada cuatro** personas de **entre 45 y 54 años** ha presentado reclamaciones a las empresas suministradoras de **electricidad**, mientras que, prácticamente con el mismo porcentaje, han interpuesto una reclamación en **comercio y agencias de viajes**.

Telecomunicaciones y sector financiero, ámbitos que generan mayor número de reclamaciones a jóvenes y mayores.

- Como se pone de manifiesto, las reclamaciones a las empresas del **sector de comercio/ consumo de bienes/ grandes cadenas** aumentan a partir de los **25 años hasta los 54 años** para posteriormente descender siendo el porcentaje de personas mayores de 65 años que presenta una reclamación en este sector inferior al 5%.

Perfil del reclamante en función de los estudios finalizados

Gráfico 25. Sectores y estudios finalizados

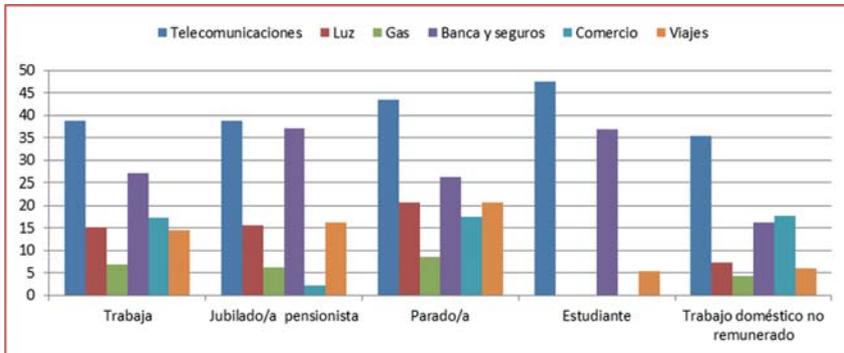


Respecto al nivel de estudios de los encuestados,

- Parece existir una asociación entre nivel de estudios e incidencias con el sector de las telecomunicaciones. Según los datos obtenidos, **a medida que aumenta el nivel de estudios se produce un aumento de las reclamaciones** de los consumidores con el sector de las telecomunicaciones.
- En el caso del sector financiero, se pone de manifiesto que las personas con estudios superiores y las que cuentan con estudios secundarios son los que presentan más reclamaciones.
- Una de cada tres personas con estudios universitarios **de licenciatura, grado o doctorado**, manifiesta problemas con el sector de **Agencias de Viajes, y compañías aéreas (34%)**.

Perfil del reclamante en función de su situación laboral

Gráfico 26. Sectores y situación laboral



En cuanto a la relación entre situación laboral y sector en el que se presentan reclamaciones se pone de manifiesto en el gráfico 26 que:

- La situación laboral, frente a nivel de estudios y edad, es la variable que más explica las diferencias por lo que a presentación de reclamaciones se refiere.
- Sin embargo, en este caso, parece además que se asocia un menor poder adquisitivo o independencia residencial con la presencia de unas incidencias u otras:

A medida que aumenta el nivel de estudios, aumenta el número de reclamaciones.

- Las reclamaciones hacia empresas suministradoras de servicios en el hogar, como son luz y gas, no suponen un problema para estudiantes debido posiblemente a que no se han abandonado el hogar familiar.
- Sin embargo, **casi la mitad de las personas que están estudiando señalan conflictos** con las **empresas de telefonía** y más de uno de cada tres indica también problemas con las **entidades financieras**.

- La misma proporción, **una de cada tres personas jubiladas** señala haber presentado reclamaciones a empresas del sector de **telecomunicaciones y del sector bancario**. Sin embargo, este mismo grupo apenas indican conflictos con el sector del comercio/consumo de bienes.
- Las **personas en situación de desempleo**, se sitúan en niveles altos de reclamación en todos los sectores; posiblemente debido a que hay que “*cuidar lo que se gasta*”.

Los peores sectores en cuanto a reclamaciones

Los principales sectores de presentación de reclamaciones, como se ha indicado anteriormente, son el de telecomunicaciones y el sector financiero. Por ello, se subraya en este apartado un resumen de las principales tendencias mostradas.

En las empresas de telecomunicaciones destaca que:

- Aunque no se aprecian grandes diferencias en relación a la edad, los más jóvenes (de 18 a 24 años) y las personas entre 45 y 54 años son las que refieren un mayor número de reclamaciones (ambos cuentan con porcentajes del 42%).
- Se observa una asociación entre el nivel de estudios y los problemas con este sector. A mayor nivel educativo mayor número de diferencias con el sector de las telecomunicaciones. Más de la mitad (56%) de las personas con titulación universitaria manifiestan haber presentado reclamaciones ante su compañía.
- En cuanto a la situación laboral: las personas estudiantes (47%) y las que se encuentran en paro (43%) son las que señalan con más frecuencia incidencias con este tipo de empresas.

En el sector financiero se aprecia que:

- Los consumidores mayores de 65 años (37%) y los que tienen entre 18 y 24 años (31%) son los que presentan más reclamaciones con este sector frente a otros grupos de edad.
- Las personas con estudios superiores, licenciatura o diplomatura universitaria, son las que manifiestan mayor número de conflictos, el 38% y 37% respectivamente. En el lado opuesto, se encuentran las personas sin estudios o estudios medios.
- Un 37% de las personas en situación de jubilación y el mismo porcentaje de las que estudian son las señalan presentar más reclamaciones al sector financiero.

7.2 Perfil del conocimiento y uso de los sistemas de reclamación

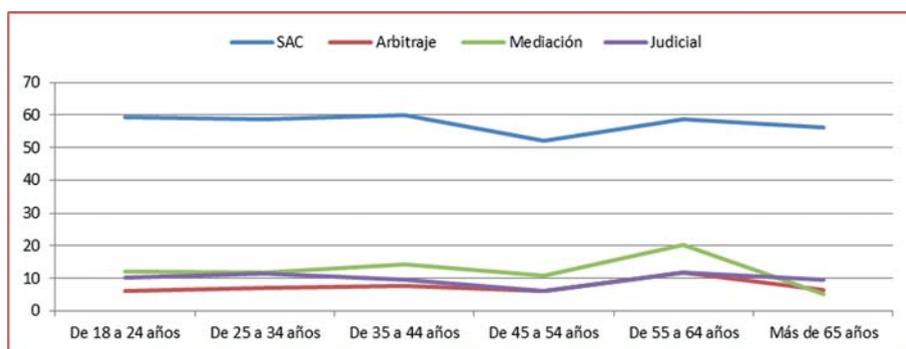
Tal como se veía en la parte descriptiva de este informe los sistemas extra-judiciales de conflictos son los más desconocidos y poco utilizados por los consumidores españoles. Algo con lo que coincidimos con otros países europeos²³ según el Informe “Marcador de Condiciones del Consumidor: Los consumidores en casa en el mercado único”.

Para valorar el conocimiento y utilización por parte del consumidor de los sistemas extrajudiciales se ha tenido en cuenta y contabilizado dentro del cuestionario la respuesta señalada como “**lo conozco y lo he utilizado**” para cada uno de los sistemas y segmentando la información para cada una de las variables demográficas.

Conocimiento y uso de los sistemas para reclamar en función de la edad

Las diferencias, que se veían anteriormente entre los distintos sistemas a los que se suman el Servicio de reclamación de la empresa (SAC) y el sistema judicial, se pueden apreciar fácilmente en el gráfico 27.

Gráfico 27. Lo conozco y lo he utilizado según edad



23 http://ec.europa.eu/consumers/archive/consumer_research/editions/docs/9th_edition_scoreboard_es.pdf

En la imagen se destacan varios aspectos:

Las personas entre 55 y 64 años son las que más reclaman, frente al grupo de entre 45 a 54 años, que son las que menos.

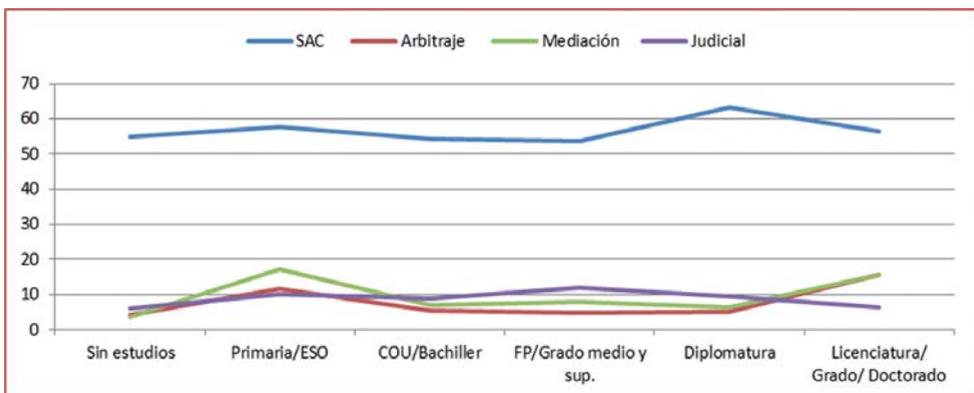
- Las personas entre **45 y 54 años** (el 52%) son las que **menos reclaman** independientemente de las opciones que se les planteen para ello.
- En cambio, los que le siguen en tramo de edad, es decir, las personas de entre **55 y 64 años** son los que **más reclaman**, y destacan también por ser los que **más utilizan la mediación** (20%) y el **arbitraje** (11%) en cuestiones de consumo.

Conocimiento y uso de los sistemas para reclamar en función del nivel educativo

En cuanto a la variable de nivel de estudios, los principales aspectos quedan recogidos en el gráfico 28:

- El conocimiento y **uso del SAC** cuentan con una proporción mayor las personas con una **diplomatura universitaria** (63%).

Gráfico 28. Lo conozco y lo he utilizado según nivel educativo

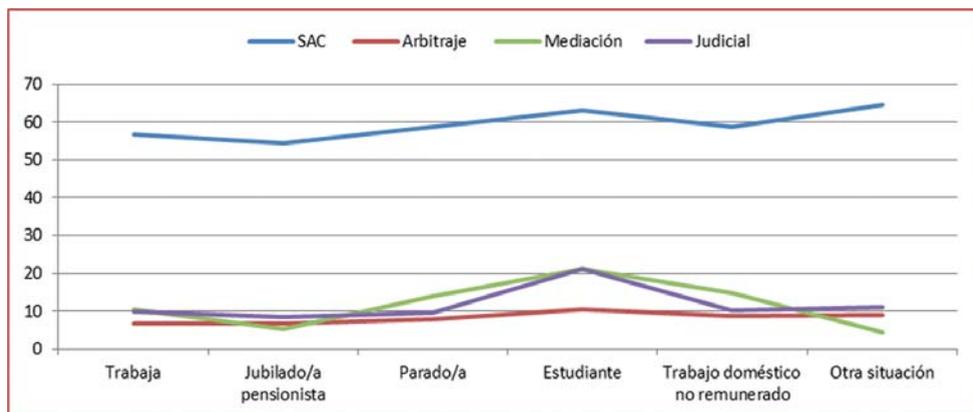


- La **mediación** como sistema extrajudicial de conflictos destaca por su uso entre personas con **titulación de primaria /ESO** (17%) y titulados universitarios con **licenciatura o grado** (16%).

Conocimiento y uso de los sistemas para reclamar en función de la situación laboral

Las diferencias según la situación laboral en la que se encuentre el encuestado se aprecian en las **personas que, en este momento, están estudiando**. Cuentan con **mayor proporción de conocimiento y uso** en todos los sistemas, tal y como se recoge en el gráfico 29.

Gráfico 29. Lo conozco y lo he utilizado según situación laboral



7.3 Perfil de las motivaciones para no reclamar

Con anterioridad se ha puesto de manifiesto las razones para no poner una reclamación. Identificar las diferencias demográficas permite conocer los consumidores que precisan de mayores acciones de formación, instrucción o acompañamiento en el proceso de reclamación. La mezcla entre desconfianza y desconocimiento en el consumidor son evidentes, pero es importante conocer si afectan a todos por igual.

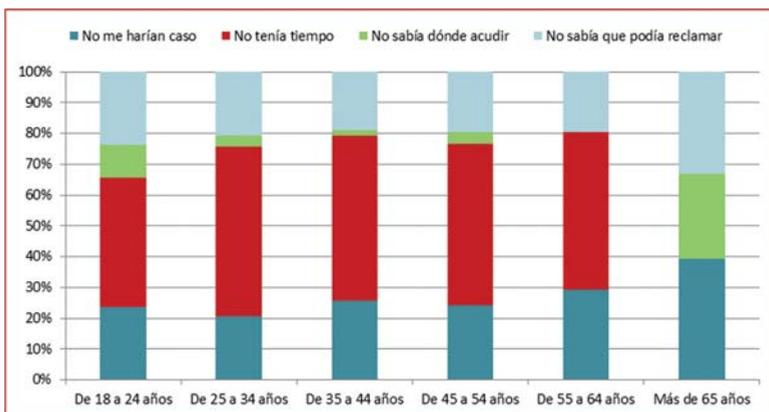
Razones para no reclamar en función de la edad

Las personas mayores de 65 años presentan falta de confianza y de conocimiento a la hora de reclamar.

- Las **personas mayores de 65 años** son las que presentan las proporciones más altas de **falta de confianza** (“no me harían caso” responde un 39%) y desconocimiento (“no sabía dónde acudir” manifiesta un 28% y “no sabía que podía reclamar” reconoce un 37%).

- La **falta de tiempo** es uno de los motivos con mayor peso para el resto de las **personas de 18 a 64 años**. Pero ello denota también una falta de cultura sobre los derechos del consumidor y la reclamación cuando asume la compra de productos y servicios defectuosos o que no son acordes a lo solicitado.

Gráfico 30. Motivos para no reclamar según edad

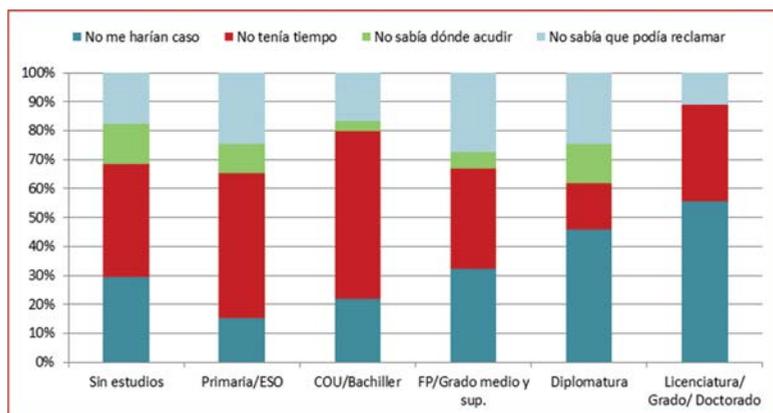


- Es importante destacar los motivos que tienen que ver con el **desconocimiento** (no saber dónde acudir y no saber que se puede reclamar) porque tienen un peso importante en algunos tramos de edad. **Una de cada tres personas jóvenes de 18 a 24 años** señala estos factores como motivo para no reclamar.

Razones para no reclamar en función del nivel de educativo

- Tal y como se recoge en el gráfico 31, a medida que aumenta el nivel de estudios aumenta también la proporción de aquellos que dicen no haber presentado una reclamación **“porque no me harían caso”**. Esta opción cuenta con un especial peso en las personas con mayor nivel de estudios, **diplomados** (46%) y **licenciado /grado** (56%).
- **“No saber dónde acudir”** es motivo de peso tanto para aquellas personas que manifiestan **no tener estudios** (14%) y aquellas con estudios de diplomatura universitaria (13%).
- **“No saber que podía reclamar”** es señalado en mayor proporción por las personas con estudios de **FP/Grado medio** (27%), de **Primaria/ ESO** (25%) y **diplomatura universitaria** (24%)

Gráfico 31. Motivos para no reclamar según nivel de estudios

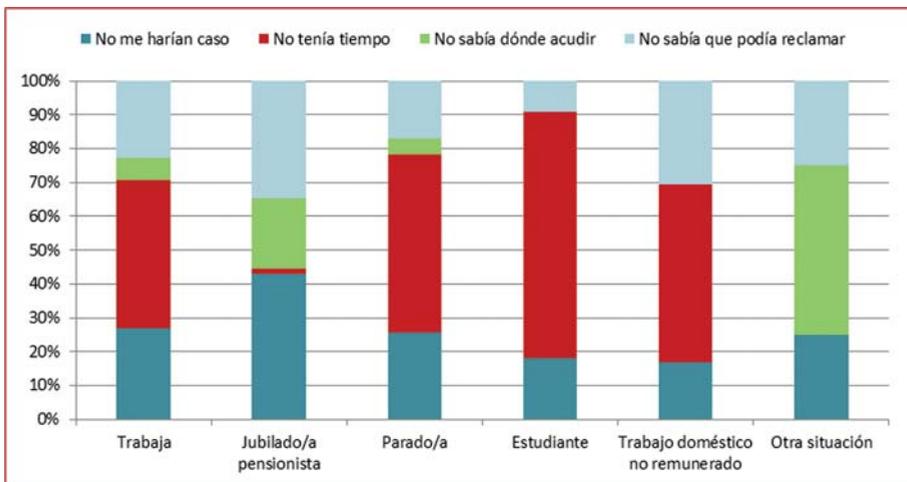


Razones para no reclamar en función de la situación laboral

Como se puede apreciar en el gráfico 32,

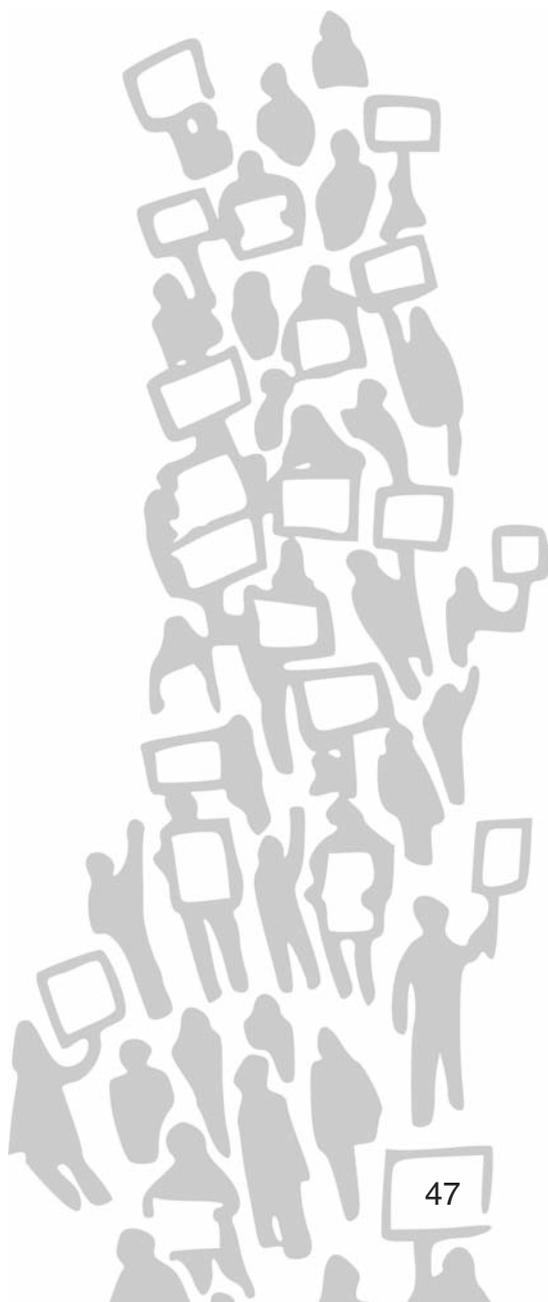
- Las personas que se encuentran jubiladas o son **pensionistas** (43%) señalan en mayor proporción como motivo para no reclamar “**no me harían caso**”.

Gráfico 32. Motivos para no reclamar según situación laboral



- “**No tener tiempo**” es el motivo más señalado por los **estudiantes** (73%) muy a distancia del resto. Más de la mitad de las personas en situación **de desempleo** (52%) y de las que realizan **trabajo doméstico** sin remuneración (52%) también lo señalan. Todo ello lleva a pensar que, para muchos de los consumidores, la reclamación puede suponer una pérdida de tiempo y no un ejercicio de sus derechos.

- **“no saber dónde acudir”** y **“no saber dónde reclamar”** son dos de los motivos más señalados por las personas jubiladas o pensionistas (21% y 35%, respectivamente). Relacionando este dato con el que aparecía en este análisis cuando se valoraba esta misma cuestión por tramos de edad, nos lleva a concluir que el grupo de población de personas mayores de 65 años debe ser un foco especial de acciones de información y formación en esta cuestión.



8. Conclusiones

De todos los análisis realizados y los datos con los que se cuentan se quiere poner de relieve las principales conclusiones obtenidas

El 40% de los consumidores presentan reclamaciones con las empresas de telecomunicaciones y el 30% con banca y seguros. Estos son **los sectores que más problemas provocan** en los consumidores españoles.

El “**mal servicio**” es uno de los principales motivos señalados cuando se trata de empresas de telecomunicaciones o de electricidad.

Pero **sólo un 44% de la muestra ha reclamado** ante un mal servicio o un producto defectuoso.

En cuanto a los sistemas **ADR, son desconocidos para el 60%** de los encuestados. Y solo el 10% (una de cada diez personas) los ha usado como medio para resolver sus conflictos con empresas.

Pero esta falta de uso de los sistemas ADR no parece ser debido a que no los consideren adecuados. Según los resultados, **tres de cada cuatro personas estaría dispuesta a usarlos en un futuro**. Y las razones que indican para esa elección son la agilidad, el menor coste y el hecho de que se adapte mejor que otros sistemas a demandas individuales.

Esa proporción de consumidores que utilizarían ADR para resolver conflictos de consumo **es similar en todos los sectores de consumo**, manteniéndose en todos ellos en cifras alrededor del 75%.

Dos de cada tres personas señala falta de confianza en una solución adecuada como motivo para no reclamar. El resto, una de cada tres personas, señala el desconocimiento tanto de dónde acudir como de su derecho a reclamar. Estos motivos son señalados en mayor proporción por las personas mayores de 65 años.

También es interesante resaltar que **aunque solo una de cuatro personas no optaría por los sistemas ADR en un futuro, el motivo fundamental es “no saber cómo hacerlo”** algo que, sin duda, puede ser una cuestión a tener en cuenta por todos los agentes implicados y seguir en la línea de promover el conocimiento de estos sistemas.

Esto concuerda con la valoración que reciben los sistemas que son más conocidos por la mayoría de los consumidores, que son **el SAC y el sistema judicial**. Ambos **suspenden** en valoración de calidad y de eficiencia, con unas puntuaciones de 4,32 y 4,58 sobre 10 respectivamente. Los **sistemas ADR aprueban**, aunque no muy holgadamente, con un 5,66

La vía judicial ante grandes empresas “asusta” a los consumidores y sólo un 4% acudiría en caso de tener que resolver un conflicto de consumo.

Existe un importante **sesgo de edad y formación** en el ámbito de las reclamaciones de los consumidores. Destaca que a mayor nivel educativo, mayor disposición a reclamar, aunque también aumenta su escepticismo sobre la eficiencia los sistemas de reclamación.

Los sistemas extrajudiciales de resolución de conflictos en materia de consumo son una buena herramienta para los consumidores a la hora de defender sus derechos y así se trata de promover desde todas las instancias y organismos implicados. Pero para una gran parte de la población son todavía unos desconocidos.

A través de este estudio se ha tratado de visibilizar la situación actual de estos mecanismos e incidir en la necesidad de difundir estos sistemas y formar a aquellas personas que los desconocen. Todo ello con el fin de lograr un consumidor bien formado y con las herramientas y recursos de información que le permitan reclamar sus derechos.

Ficha técnica de la encuesta

Ámbito: España.

Universo: Población mayor de 18 años.

Muestra: 1428 encuestas.

Muestreo: La distribución de la muestra se adapta atendiendo a las variables de sexo y edad contando además con representación en todas las Comunidades Autónomas.

Margen de error: +/-2,6% para un nivel de confianza del 95%. P=Q=50%

Entrevistas: Telefónicas

Cuestionario: Cerrado, con un total de 26 preguntas.

La estructura del cuestionario ha sido:

Variables demográficas (edad, sexo, nacionalidad, situación laboral, nivel de estudios, comunidad autónoma de residencia, etc.)

Preguntas para conocer los motivos y vulneraciones de derechos de los consumidores españoles.

Preguntas para valorar el grado de conocimiento y utilización de los sistemas de reclamación en general y de los sistemas extrajudiciales en particular.

Nivel de satisfacción y experiencia del consumidor a la hora de reclamar sus derechos.

Trabajo de campo: septiembre-noviembre de 2014.



Las mejores publicaciones para los consumidores y usuarios de servicios financieros



¡Infórmate y combate los grandes abusos en consumo!

www.adicae.net/publicaciones.html