

EUSKO JAURLARITZA



GOBIERNO VASCO

LEHENDAKARITZA
Análisi eta Komunikaziorako
Idazkaritza Nagusia
Prospekzio Soziologikoen Kabinetea

PRESIDENCIA
Secretaría General de
Análisis y Comunicación
Gabinete de Prospección Sociológica

POLÍTICAS DEL DEPARTAMENTO DE INDUSTRIA, COMERCIO Y TURISMO

Marzo 1999



http://www.euskadi.net/estudios_socilogicos

Índice

SÍNTESIS	1
INTRODUCCIÓN	4
FICHA TÉCNICA.....	7
A - COMERCIO.....	9
• El comercio en el interior de las ciudades y pueblos	10
• Compras en los grandes centros comerciales.....	12
• Razones para comprar en los grandes centros comerciales	14
B - CONSUMO	16
• Dónde acudir cuando existe un problema como consumidor	17
• Entidades para tramitar las quejas	19
• Conocimiento de la Junta Arbitral de Consumo.....	21
• Conocimiento del Teléfono de Atención al Consumidor.....	23
• Utilización del Teléfono de Atención al Consumidor	25
C - TURISMO	27
• Campaña “Ven y cuéntalo”	28
• Incremento del turismo en el País Vasco	30

Síntesis

Punto por punto**¿COMPRAMOS LOS VASCOS EN LOS GRANDES CENTROS COMERCIALES Y POR QUÉ LO HACEMOS?**

La amplia mayoría en la CAPV (92%) cree que el comercio situado dentro de los pueblos y ciudades da vida a esos lugares, si bien, dos de cada tres vascos (64%) compran al menos una vez al mes en los grandes centros comerciales situados fuera de los cascos urbanos. Se desplazan a estos centros, fundamentalmente porque creen que en ellos se da mayor variedad de productos y mejores precios.

La práctica de comprar en estos centros está extendida en todos los colectivos de población analizados, salvo entre los mayores de 64 años, si bien en más común entre los vizcaínos (66%) y los guipuzcoanos (64%) que entre los alaveses (57%); entre los habitantes de los pequeños (70%) y medianos (67%) municipios que entre los de las capitales (59%); entre las personas que trabajan de forma remunerada (74%) o están en paro (73%) que entre las amas de casa (65%). La edad donde mayor proporción de gente compra en estos centros es la que va de los 30 a los 45 años (76%).

¿SABE LA CIUDADANÍA DÓNDE ACUDIR CUANDO TIENEN UNA QUEJA COMO CONSUMIDOR?

Siete de cada diez vascos saben dónde acudir cuando tienen un problema como consumidores y, si tuvieran que realizar una queja, el 53% se dirigiría a la Oficina Municipal de Información al Consumidor y el 40% iría a la Asociación de Consumidores.

La población mejor informada tiene entre 30 y 45 años y posee estudios superiores mientras que más de la mitad de la población mayor de 64 años y la población sin estudios o menos que primarios no saben a dónde acudir cuando tienen un problema como consumidores.

¿SE CONOCEN LA JUNTA ARBITRAL DE CONSUMO Y EL TELÉFONO DE ATENCIÓN AL CONSUMIDOR?

Aproximadamente uno de cada cinco residentes en la CAPV sabe lo que son la Junta Arbitral de Consumo (19%) y el teléfono de Atención al Consumidor 900-600-500 (21%). Ambos servicios son más conocidos entre la población que tienen entre 30 y 45 años. Además, un 15% de quienes lo conocen lo han utilizado alguna vez.

¿QUÉ ALCANCE ESTÁ TENIENDO LA CAMPAÑA VEN Y CUÉNTALO EN EL PAÍS VASCO?

Tres de cada cuatro vascos (76%) han oído el eslogan publicitario *Ven y Cuéntalo*. Conocen más la frase los que tienen menos de 46 años, los que viven en las capitales y los que poseen estudios secundarios o superiores (a medida que aumenta el nivel de estudios de la población aumenta también este conocimiento).

¿EXISTE LA CREENCIA DE QUE HA AUMENTADO EL TURISMO AL PAÍS VASCO?

El 86% de los residentes en la CAPV cree que últimamente vienen más turistas al País Vasco. Esta creencia está más extendida en Bizkaia (91%), entre los que viven en las capitales (90%) y entre los que poseen estudios superiores (91%).

Respecto a períodos anteriores

Con respecto a la medición realizada el pasado mayo de 1998, no sólo no ha aumentado el porcentaje de gente que sabe dónde acudir cuando tiene un problema como consumidor, sino que incluso ha descendido algo. El conocimiento de la Junta Arbitral de Consumo ha sufrido también un ligero retroceso. Por el contrario, en la actualidad son más los vascos que creen

que últimamente ha aumentado el turismo hacia el País Vasco, manteniéndose en idénticos índices el alcance del eslogan publicitario *Ven y Cuéntalo*.

En definitiva

La población vasca cree que los comercios situados dentro de los pueblos y ciudades contribuyen a dar vida a esos lugares si bien dos tercios de la misma acuden a comprar, al menos una vez al mes, a un gran centro **comercial** situado fuera de los cascos urbanos, principalmente porque encuentran mayor variedad de productos y mejores precios.

En caso de tener un problema como **consumidor** la ciudadanía sabe dónde acudir aunque algunos servicios como la Junta Arbitral de Consumo o el Teléfono de Atención al Consumidor son aún minoritariamente conocidos.

Por último, la percepción entre la población es que últimamente ha aumentado el **turismo** en el País Vasco, siendo muy elevado el conocimiento del eslogan publicitario *Ven y Cuéntalo*.

Introducción

Objetivos

Este informe tiene por objeto conocer el grado de información y la opinión de la población vasca ante algunas políticas y programas de la Administración Vasca en relación con tres áreas concretas: el comercio, el consumo y el turismo en el País Vasco.

Origen de la Información

Los resultados de este trabajo proceden de un bloque de preguntas *ad hoc* incluidas en el cuestionario del **Sociómetro Vasco de Invierno de 1999**. El *Sociómetro Vasco*, en su conjunto, representa un estudio periódico y más global de la realidad social vasca del momento.

Las cuestiones concretas planteadas han sido elaboradas a partir de una petición del **Departamento de Industria, Comercio y Turismo**, y en colaboración con el Gabinete de Prospección Sociológica de la Presidencia del Gobierno Vasco. Tal y como se menciona en la ficha técnica de esta investigación, exceptuando esta colaboración en la elaboración del cuestionario y la realización estricta del trabajo de campo (contratado a una empresa externa), tanto el diseño previo, como el análisis estadístico y la redacción y edición del informe corresponden exclusivamente al propio Gabinete de Prospección Sociológica.

Temática

Las cuestiones planteadas en este sentido son las siguientes:

- **A – COMERCIO**
 - **El comercio en el interior de las ciudades y pueblos:** si la ciudadanía considera que el comercio situado dentro de los pueblos y ciudades de vida a esos pueblos y ciudades.
 - **Compras en los grandes centros comerciales:** si se acude o no a comprar a los grandes centros comerciales situados fuera del casco urbano, al menos una vez al mes.
 - **Razones para comprar en los grandes centros comerciales:** principales razones para comprar en estos centros comerciales, los mejores precios, mayor variedad de productos, mejor calidad, mayor facilidad de aparcamiento, pasar el rato mientras se hacen las compras, mejor atención al cliente, otras razones.
- **B – CONSUMO**
 - **Dónde acudir cuando existe un problema como consumidor:** si la ciudadanía sabe a dónde acudir cuando tiene algún problema como consumidor.
 - **Entidades para tramitar las quejas:** dónde acudiría preferentemente para tramitar una queja, al Gobierno Vasco, a la Asociación de Consumidores o a la Oficina Municipal de Información al Consumidor.
 - **Conocimiento de la Junta Arbitral de Consumo:** si la población sabe qué es la Junta Arbitral de Consumo.
 - **Conocimiento del Teléfono de Atención al Consumidor:** si la gente conoce o no este teléfono.

- **Utilización del Teléfono de Atención al Consumidor:** si lo han utilizado o no.
- **C – TURISMO**
 - **Campaña Ven y Cuéntalo:** conocimiento del eslogan entre la población.
 - **Incremento de turistas en el País Vasco:** percepción ciudadana del incremento de turistas.

Las opiniones recogidas con relación a estos puntos son abordadas tras esta introducción y la correspondiente ficha técnica.

Aspectos metodológicos

- La **fiabilidad y validez** de los datos queda garantizada en base al empleo de una muestra adecuadamente representativa, tanto para el conjunto de la CAPV como para cada uno de los tres Territorios Históricos, así como mediante la evaluación de las diferencias entre los resultados finales de la encuesta con otras referencias externas objetivas publicadas, siempre que existen datos contrastables. Nos referimos, concretamente, a la distribución oficial real de voto en las últimas Elecciones Autonómicas de 1994 y a las cifras oficiales reales (censo de 1991 del Eustat) de edad, sexo, nivel de estudios, situación laboral y nivel de euskaldunización. La equiparación de resultados ha sido comprobada no sólo para el conjunto de la CAPV, sino también para cada uno de los tres Territorios.
- Los **datos** de la encuesta son analizados, no sólo desde los totales poblacionales, sino también basándose en **segmentaciones sociodemográficas**, en función de las diferencias estadísticamente significativas entre los diversos colectivos sociales. Los factores diferenciadores considerados (y los subcolectivos formados, que aparecen en cursiva) son los siguientes:

- Territorio: *Araba, Bizkaia y Gipuzkoa*
- Sexo: *varón y mujer*
- Grupos de edad: *18-29, 30-45, 46-64 y 65 o más años*
- Tamaño de municipio: *pequeño (<10.000 habitantes), mediano (10.000-120.000 habitantes), capital (>120.000 habitantes: Vitoria-Gasteiz, Bilbo y Donostia)*
- Nivel de estudios: *menos que primarios, primarios, secundarios y superiores*
- Situación laboral: *trabajando, en paro, labores de casa, estudiando, jubilado.*
- Clase social sentida: *baja (media-baja u obrera), media (media-media) y alta (media-alta o acomodada).*

Ficha técnica

La recogida de información se realizó entre **el 25 de enero y el 3 de febrero de 1999** -ambos inclusive- a través de entrevista individual mediante cuestionario estructurado y cerrado, realizada a domicilio a una muestra representativa de la población de cada uno de los Territorios Históricos de la Comunidad Autónoma del País Vasco (CAPV).

La **muestra**, dirigida a una población de 18 y más años, se distribuyó del siguiente modo: 629 personas en Araba, 1269 en Bizkaia y 962 en Gipuzkoa. Todos ellos fueron seleccionados por procedimiento polietápico y estratificado, siguiendo rutas aleatorias -a partir de un total de 215 puntos de muestreo¹- y con selección de los individuos por cuotas de sexo, edad y situación laboral, siendo posteriormente ponderados los resultados en base a la población y al recuerdo de voto en las Elecciones Autonómicas de octubre de 1998, en cada uno de los tres Territorios.

El **diseño** de la investigación, el **análisis** de los resultados y la **redacción del informe** es responsabilidad exclusiva del Gabinete de Prospección Sociológica de la Presidencia del Gobierno Vasco. La **recogida de información** fue realizada por la empresa *Siadeco*, sita en la calle Paseo de Berio 11, 1º A, 20009 - Donostia.

El **error muestral** correspondiente a esta muestra de 2860 individuos, y atribuible en el caso teórico de que la muestra hubiera sido estrictamente aleatoria, se cifra en un $\pm 1,87\%$ para el conjunto de la CAPV, con un nivel de confianza de 95,5% y $p=q=0,5$.

¹ El lugar físico concreto de inicio se obtuvo aleatoriamente del conjunto de "tramos" de calles incluidos en cada sección electoral (unidad geográfica mínima de análisis), según los callejeros elaborados por el Eustat.

El **control** telefónico del trabajo de campo alcanzó el 37.1%, 38.0% y 37.7% de las encuestas realizadas en Araba, Bizkaia y Gipuzkoa, respectivamente. Asimismo, se han realizado todos los controles informáticos pertinentes -lógicos, de coherencia y de rango- en cada uno de los cuestionarios recogidos.

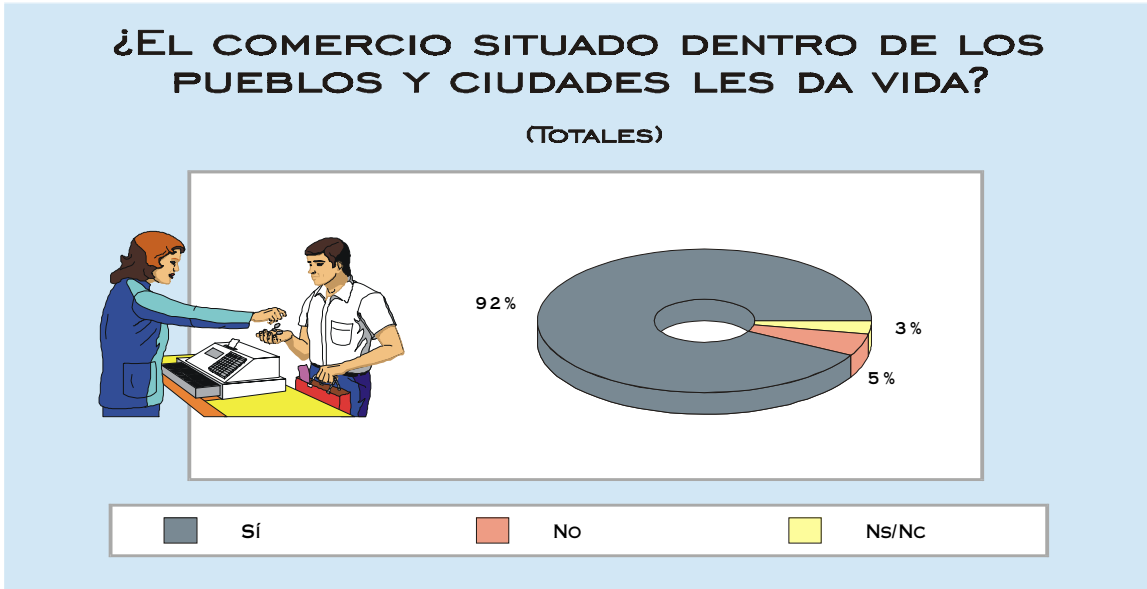
A - Comercio

- **El comercio en el interior de las ciudades y pueblos**
- **Compras en los grandes centros comerciales**
- **Razones para comprar en los grandes centros comerciales**

Comercio

El comercio en el interior de las ciudades y pueblos (Totales)

<i>¿Cree Ud. que el comercio situado dentro de los pueblos y ciudades da vida a esos pueblos y ciudades?</i>	
	CAPV SV ENE 99
Sí	92
No.....	5
Ns/Nc	3
(PORCENTAJES VERTICALES)	100



NUEVE DE CADA DIEZ CIUDADANOS VASCOS, EL 92%, OPINAN QUE EL COMERCIO SITUADO DENTRO DE LOS PUEBLOS Y CIUDADES DA VIDA A ESOS PUEBLOS Y CIUDADES. UN 5% NO LO VE ASÍ Y UN 3% NO OPINA.

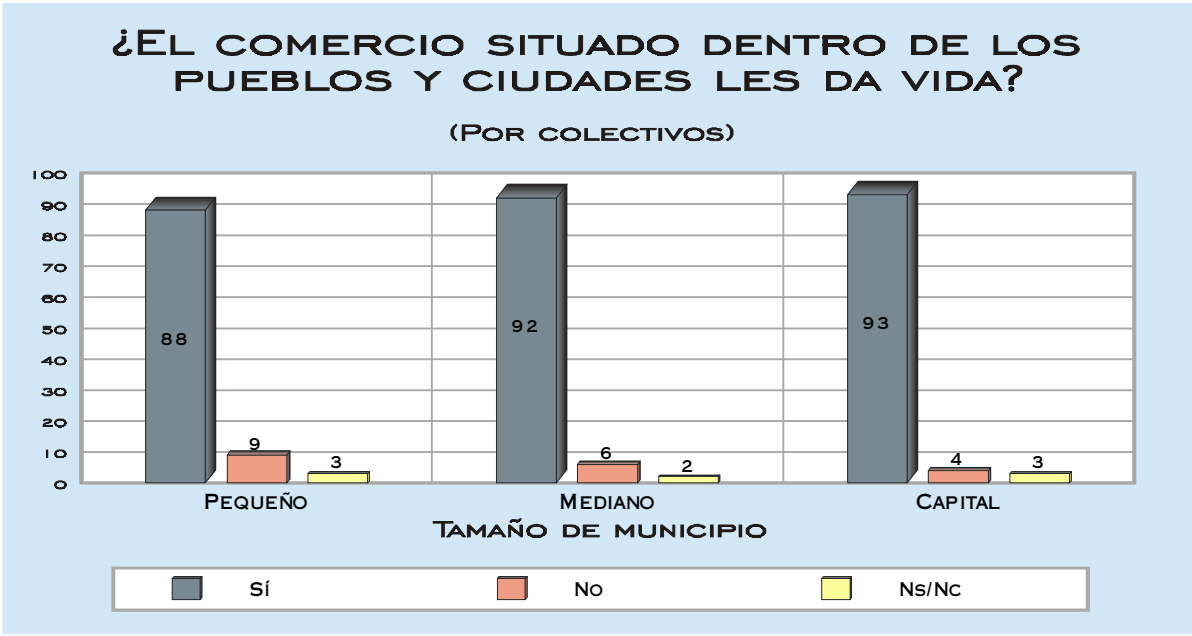
Comercio

El comercio en el interior de las ciudades y pueblos (Por colectivos)

¿Cree Ud. que el comercio situado dentro de los pueblos y ciudades da vida a esos pueblos y ciudades?

	TOTAL	TERRITORIO			TAMAÑO DE MUNICIPIO		
		ARABA	BIZKAIA	GIPUZKOA	PEQUEÑO	MEDIANO	CAPITAL
Si	92	89	93	92	88	92	93
No	5	8	5	5	9	6	4
Ns/Nc	3	3	2	3	3	2	3
(PORCENTAJES VERTICALES).....	100	100	100	100	100	100	100

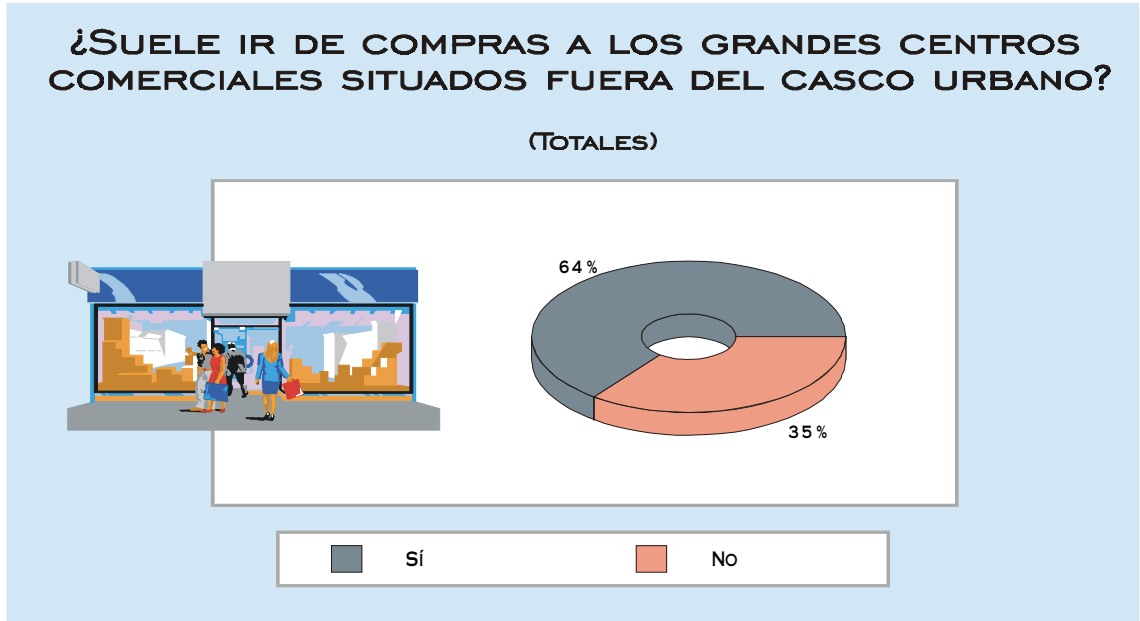
En todos los colectivos analizados la amplia mayoría cree que el comercio situado dentro de los pueblos y ciudades da vida a esos lugares. Tan sólo entre los residentes en Araba y en los pequeños municipios desciende ligeramente el acuerdo por debajo del 90%.



Comercio

Compras en los grandes centros comerciales (Totales)

<i>¿Suele Ud. ir de compras, al menos una vez al mes, a los grandes centros comerciales situados fuera del casco urbano de los pueblos y ciudades?</i>	
	CAPV SV ENE 99
Sí	64
No.....	35
Ns/Nc	0
(PORCENTAJES VERTICALES)	100



EL 64% DE LOS VASCOS COMPRA, AL MENOS UNA VEZ AL MES, EN LOS GRANDES CENTROS COMERCIALES SITUADOS FUERA DEL CASCO URBANO DE LOS PUEBLOS Y CIUDADES. UN 35% NO ACUDE CON ESTA PERIODICIDAD.

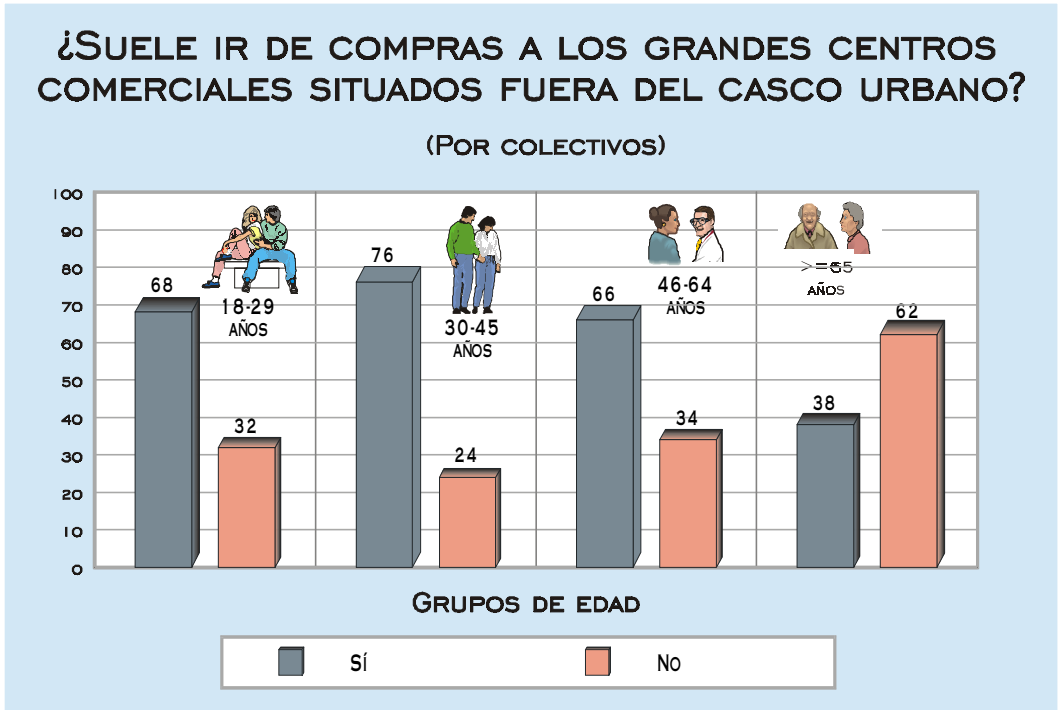
Comercio

Compras en los grandes centros comerciales (Por colectivos)

¿Suele Ud. ir de compras, al menos una vez al mes, a los grandes centros comerciales situados fuera del casco urbano de los pueblos y ciudades?

	TOTAL	TERRITORIO			GRUPOS DE EDAD				TAMAÑO DE MUNICIPIO			SITUACIÓN LABORAL				
		ARABA	BIZKAIA	GIPUZKOA	18-29	30-45	46-64	>=65	PEQUEÑO	MEDIANO	CAPITAL	TRABAJANDO	EN PARO	LABORES DE CASA	ESTUDIANDO	JUBILADO
Sí.....	64	57	66	64	68	76	66	38	70	67	59	74	73	65	58	44
No.....	35	43	33	36	32	24	34	62	30	33	41	26	27	35	42	56
Ns/Nc.....	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0
(PORCENTAJES VERTICALES).....	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

- Comprar en los grandes centros comerciales situados fuera de los cascos urbanos es una práctica extendida en todos los colectivos sociales analizados (salvo entre los mayores de 64 años y entre los jubilados), si bien se producen algunas diferencias significativas:
- Araba es el Territorio donde menor porcentaje de habitantes compra en estos grandes centros (57%). En Bizkaia y en Gipuzkoa el porcentaje aumenta hasta situarse en un 66% y 64% respectivamente.
 - Con relación a la edad, hacer la compra en estas grandes superficies es más común entre los 30 y 45 años (el 76%), y mucho menos entre los mayores de 64 años (38%).
 - Cuanto más pequeño es el tamaño de municipio, el porcentaje de gente que se traslada a estas grandes superficies a hacer la compra es mayor, siendo especialmente significativo el salto que se produce entre las capitales y el resto de municipios. Así, si en las capitales suele ir a comprar el 59%, en los municipios medianos lo hace el 67% y en los pequeños municipios el 70%.
 - Tomando en cuenta la situación laboral, es también más frecuente que los que trabajan (74%) o los que están en paro (73%) compren en estos centros comerciales.



Comercio

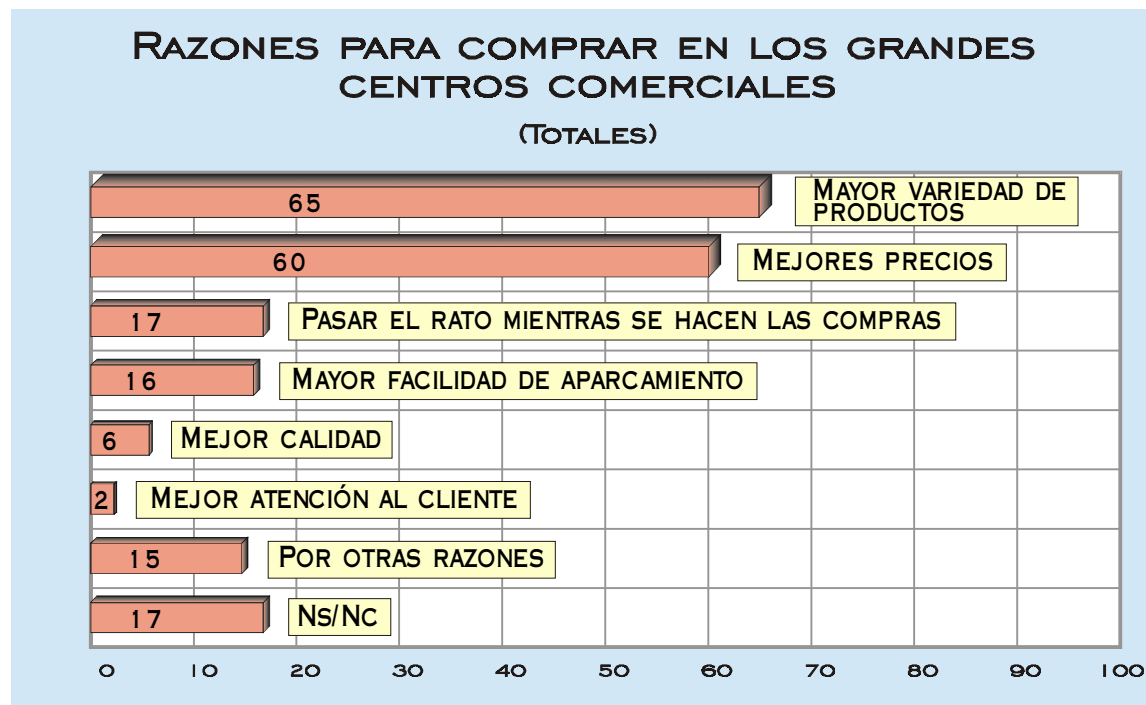
Razones para comprar en los grandes centros comerciales (Totales)

*¿Y cuál o cuáles son las dos principales razones por las que Ud. suele ir a comprar a estos centros comerciales? **

	CAPV SV ENE 99**
MAYOR VARIEDAD DE PRODUCTOS.....	65
MEJORES PRECIOS.....	60
PASAR EL RATO MIENTRAS SE HACEN LAS COMPRAS.....	17
MAYOR FACILIDAD DE APARCAMIENTO.....	16
MEJOR CALIDAD.....	6
MEJOR ATENCIÓN AL CLIENTE.....	2
POR OTRAS RAZONES.....	15
Ns/Nc.....	17

*PREGUNTA REALIZADA AL 64% DE LA POBLACIÓN QUE REALIZA LAS COMPRAS, AL MENOS UNA VEZ AL MES EN LOS GRANDES CENTROS COMERCIALES SITUADOS FUERA DE LOS CASCOS URBANOS.

** LA SUMA ES SUPERIOR A 100 PORQUE SE PEDÍAN HASTA 2 RAZONES.



- LOS CIUDADANOS QUE COMPRAN EN ESTOS GRANDES CENTROS COMERCIALES LO HACEN PRINCIPALMENTE POR DOS RAZONES: PORQUE CREEN QUE EN ESTOS LUGARES EXISTE *MAYOR VARIEDAD DE PRODUCTOS* (65%) Y PORQUE CREEN QUE SE DAN *MEJORES PRECIOS* (60%).
- EL 17% LO HACE TAMBIÉN POR *PASAR EL RATO MIENTRAS HACE LA COMPRA* Y OTRO 16% POR LA *MAYOR FACILIDAD DE APARCAMIENTO* DE ESTAS INSTALACIONES. UNA MINORÍA ENCUENTRA TAMBIÉN *MEJOR CALIDAD* (6%) Y UNA *MEJOR ATENCIÓN AL CLIENTE* (2%). UN 15% LO HACE POR *OTRAS RAZONES* QUE NO SE PRECISAN.

Comercio

Razones para comprar en los grandes centros comerciales (Por colectivos)

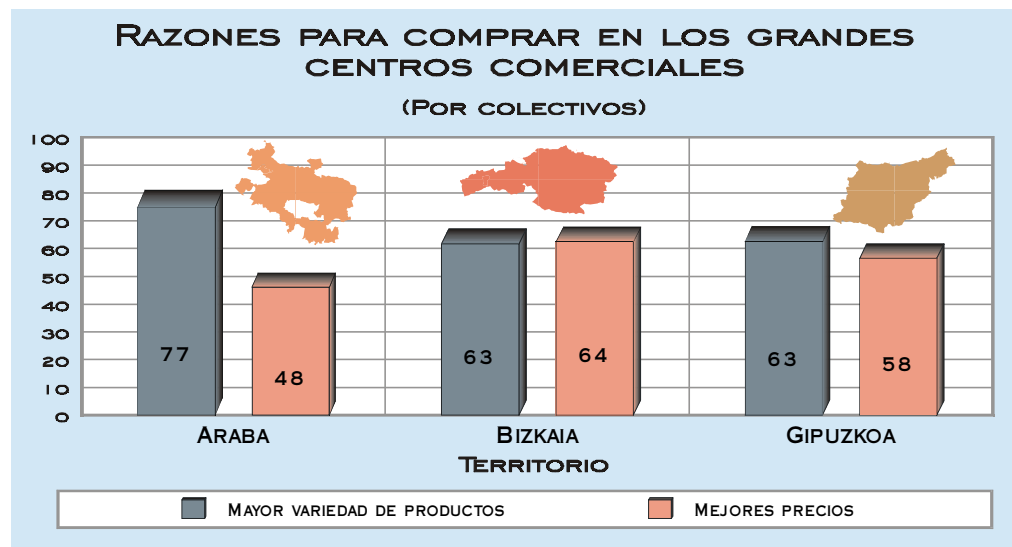
¿Y cuál o cuáles son las dos principales razones por las que Ud. suele ir a comprar a estos centros comerciales?

	TOTAL	TERRITORIO			GRUPOS DE EDAD				TAMAÑO DE MUNICIPIO		
		ARABA	BIZKAIA	GIPUZKOA	18-29	30-45	46-64	>=65	PEQUEÑO	MEDIANO	CAPITAL
MAYOR VARIEDAD DE PRODUCTOS	65	77	63	63	69	65	63	61	66	60	71
MEJORES PRECIOS	60	48	64	58	50	62	66	69	60	57	65
PASAR EL RATO MIENTRAS SE HACEN LAS COMPRAS	17	9	16	20	25	15	13	12	17	21	10
MAYOR FACILIDAD DE APARCAMIENTO	16	19	13	18	13	19	17	9	11	16	18
MEJOR CALIDAD.....	6	9	6	4	7	5	7	5	7	6	6
MEJOR ATENCIÓN AL CLIENTE.....	2	2	3	1	2	2	2	4	0	4	1
POR OTRAS RAZONES.....	15	16	17	13	16	17	13	13	14	18	13
Ns/Nc.....	17	16	16	20	16	15	19	22	23	18	14

*PREGUNTA REALIZADA AL 64% DE LA POBLACIÓN QUE REALIZA LAS COMPRAS, AL MENOS UNA VEZ AL MES EN LOS GRANDES CENTROS COMERCIALES SITUADOS FUERA DE LOS CASCOS URBANOS.

** LA SUMA ES SUPERIOR A 100 PORQUE SE PEDÍAN HASTA 2 RAZONES.

- La existencia de **mayor variedad de productos** como razón para acudir a estos centros, se argumenta más entre los alaveses y a medida que se poseen menos años. En las capitales adquiere también mayor importancia esta razón.
- Encuentran **mejores precios** en estas grandes superficies especialmente los vizcaínos (64%) mientras que entre los alaveses es una razón que pierde importancia (48%). El motivo del precio se esgrime también en mayor medida por los mayores de 29 años y a partir de esta edad, va adquiriendo trascendencia conforme aumenta la edad. En las capitales es también una razón algo más señalada.
- Pasar el rato mientras se hace la compra** es un motivo para acudir a las grandes superficies más destacado en Bizkaia y, especialmente, en Gipuzkoa que en Araba, entre los más jóvenes (25%) y entre los residentes en municipios medianos y pequeños.



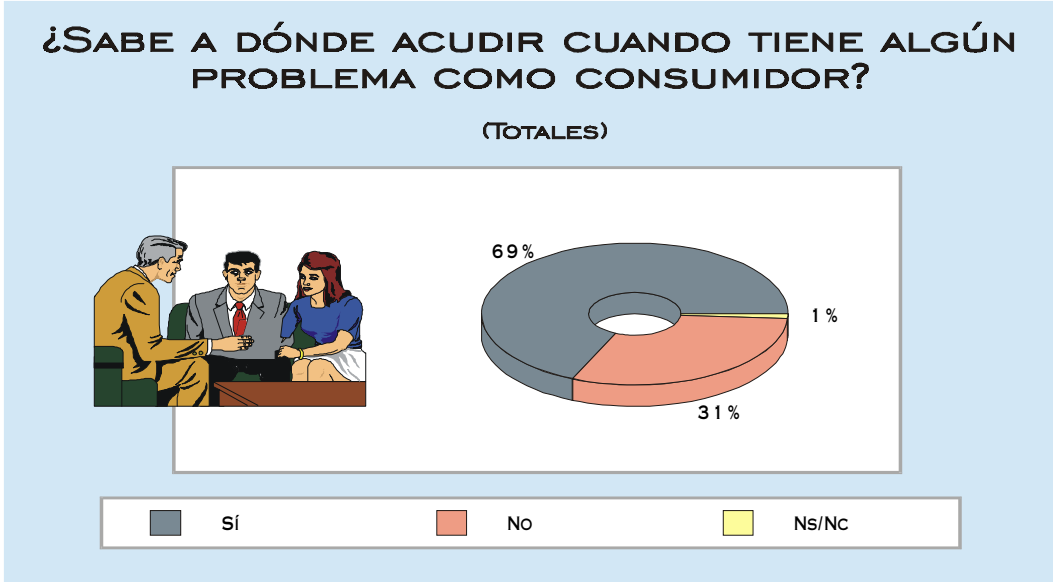
B - Consumo

- **Dónde acudir cuando existe un problema como consumidor**
- **Entidades para tramitar las quejas**
- **Conocimiento de la Junta Arbitral de Consumo**
- **Conocimiento del Teléfono de Atención al Consumidor**
- **Utilización del Teléfono de Atención al Consumidor**

Consumo

Dónde acudir cuando existe un problema como consumidor (Totales)

<i>¿Sabe Ud. a dónde acudir cuando tiene algún problema como consumidor?</i>		
	CAPV SV ENE 99	CAPV SV MAY 98
Si	69	73
No.....	31	26
Ns/Nc	1	1
(PORCENTAJES VERTICALES)	100	100



- EL 69% DE LOS VASCOS SABE DÓNDE ACUDIR CUANDO TIENE ALGÚN PROBLEMA COMO CONSUMIDOR Y EL 31% NO SABE.
- Con respecto a Mayo del 98, el nivel de conocimiento de los vascos desciende ligeramente.

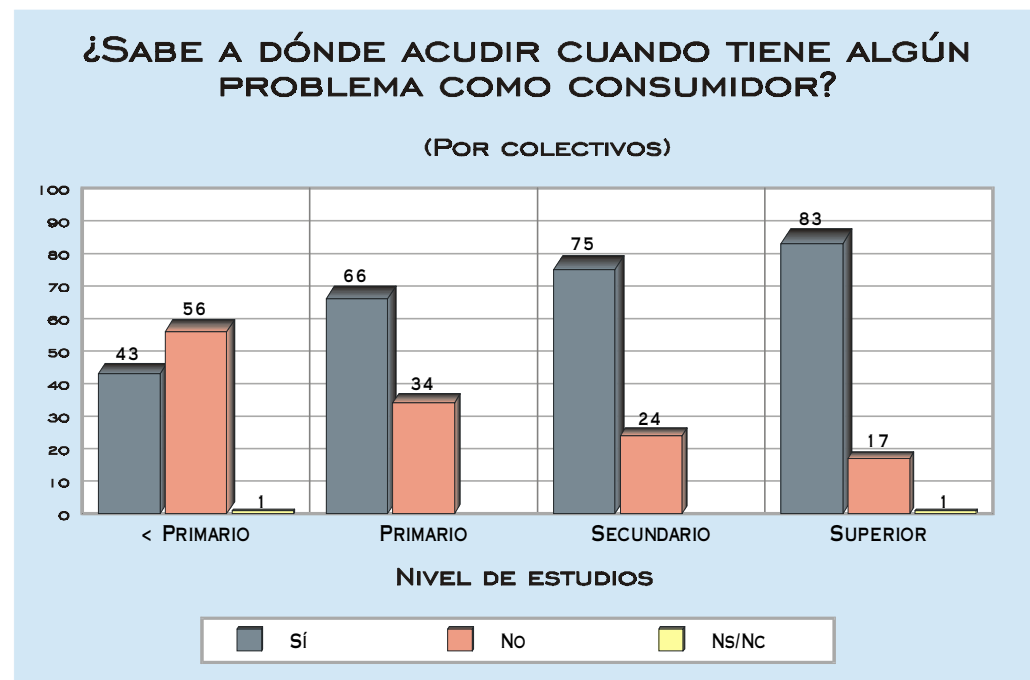
Consumo

Dónde acudir cuando existe un problema como consumidor (Por colectivos)

¿Sabe Ud. a dónde acudir cuando tiene algún problema como consumidor?

	TOTAL	TERRITORIO			GRUPOS DE EDAD				TAMAÑO DE MUNICIPIO			NIVEL DE ESTUDIOS				CLASE SOCIAL SENTIDA		
		ARABA	BIZKAIA	GIPUZKOA	18-29	30-45	46-64	>=65	PEQUEÑO	MEDIANO	CAPITAL	<PRIMARIO	PRIMARIO	SECUNDARIO	SUPERIOR	BAJA	MEDIA	ALTA
Sí.....	69	69	70	66	70	83	69	43	63	69	71	43	66	75	83	63	72	69
No.....	31	31	29	33	30	17	31	56	36	31	28	56	34	24	17	36	27	30
Ns/Nc.....	1	0	0	1	0	1	0	2	1	0	0	1	0	0	1	1	0	1
(PORCENTAJES VERTICALES).....	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

- Los mejor informados en torno a dónde acudir cuando tienen un problema como consumidores son los que tienen entre 30 y 45 años (83%) y los que poseen estudios superiores (83%).
- La información sin embargo es muy deficitaria entre los mayores de 64 años (el 56% no sabe dónde acudir) y entre los que no poseen estudios o menos que primarios (56%).
- Por otro lado se observa que cuanto más pequeño es el municipio de residencia y menor el nivel de estudios desciende el porcentaje de población informada. La información ha llegado también en menor medida a los de clase social baja.

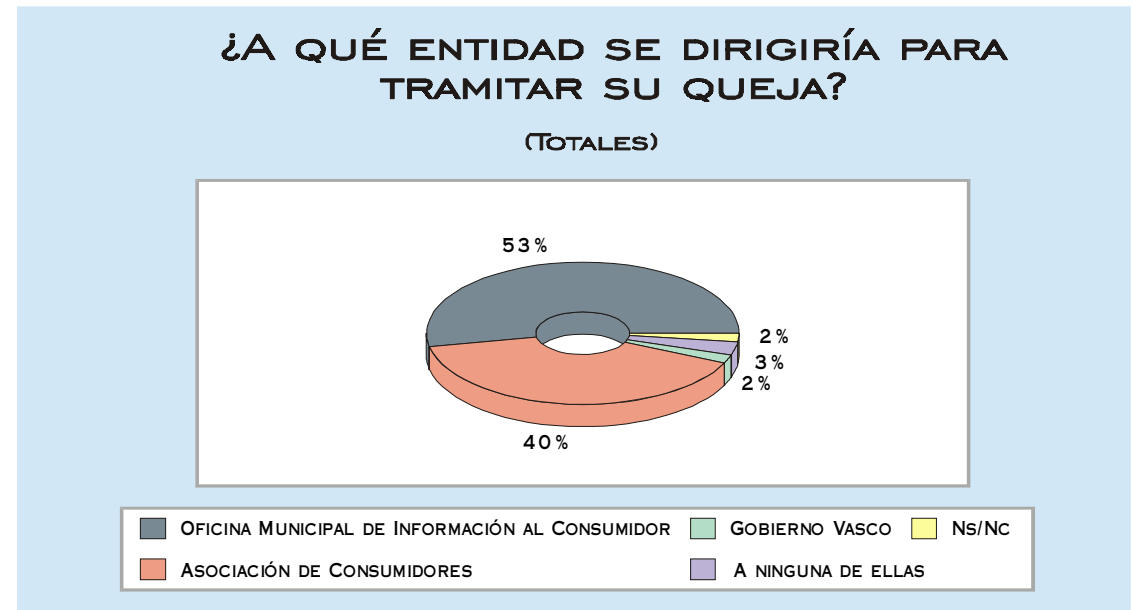


Consumo

Entidades para tramitar las quejas (Totales)

<i>¿A cuál de las siguientes entidades se dirigiría Ud. preferentemente para tramitar su queja? *</i>	
	CAPV SV ENE 99
OFICINA MUNICIPAL DE INFORMACIÓN AL CONSUMIDOR	53
ASOCIACIÓN DE CONSUMIDORES	40
GOBIERNO VASCO.....	2
A NINGUNA DE ELLAS	3
Ns/Nc	2
(PORCENTAJES VERTICALES)	100

* PREGUNTA REALIZADA AL 69% DE LA POBLACIÓN QUE SABE DÓNDE ACUDIR CUANDO TIENEN UNA QUEJA COMO CONSUMIDOR



ENTRE LOS QUE SABEN DÓNDE ACUDIR CUANDO TIENEN UN PROBLEMA COMO CONSUMIDOR, EL 53%, SI TUVIERA QUE REALIZAR UNA QUEJA, SE DIRIGIRÍA, PREFERENTEMENTE, A LA OFICINA MUNICIPAL DE INFORMACIÓN AL CONSUMIDOR Y EL 40% A LA ASOCIACIÓN DE CONSUMIDORES. UN 2% ACUDIRÍA AL GOBIERNO VASCO Y UN 3% A NINGUNA DE ESTAS INSTITUCIONES. UN 2% NO SABE

Consumo

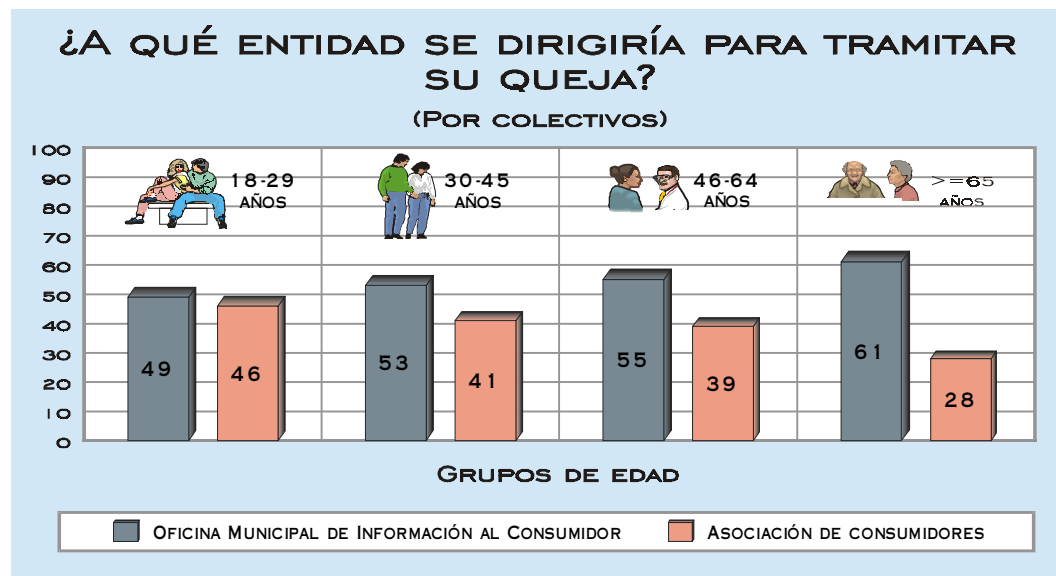
Entidades para tramitar las quejas (Por colectivos)

*¿A cuál de las siguientes entidades se dirigiría Ud. preferentemente para tramitar su queja? **

	TOTAL	TERRITORIO			GRUPOS DE EDAD				TAMAÑO DE MUNICIPIO			NIVEL DE ESTUDIOS				CLASE SOCIAL SENTIDA		
		ARABA	BIZKAIA	GIPUZKOA	18-29	30-45	46-64	>=65	PEQUEÑO	MEDIANO	CAPITAL	<PRIMARIO	PRIMARIO	SECUNDARIO	SUPERIOR	BAJA	MEDIA	ALTA
OFICINA MUNICIPAL DE INFORMACIÓN AL CONSUMIDOR.....	53	45	56	53	49	53	55	61	50	61	45	61	57	51	49	59	51	44
ASOCIACIÓN DE CONSUMIDORES.....	40	46	39	40	46	41	39	28	41	33	48	26	39	43	45	34	43	50
GOBIERNO VASCO	2	4	1	2	2	2	1	2	3	0	3	2	1	2	2	1	2	4
A NINGUNA DE ELLAS.....	3	3	2	4	2	3	3	5	4	3	2	5	3	2	3	4	2	3
Ns/NC.....	2	3	2	2	2	1	2	4	2	2	2	6	1	2	1	1	2	0
(PORCENTAJES VERTICALES).....	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

* PREGUNTA REALIZADA AL 69% DE LA POBLACIÓN QUE SABE DÓNDE ACUDIR CUANDO TIENEN UNA QUEJA COMO CONSUMIDOR

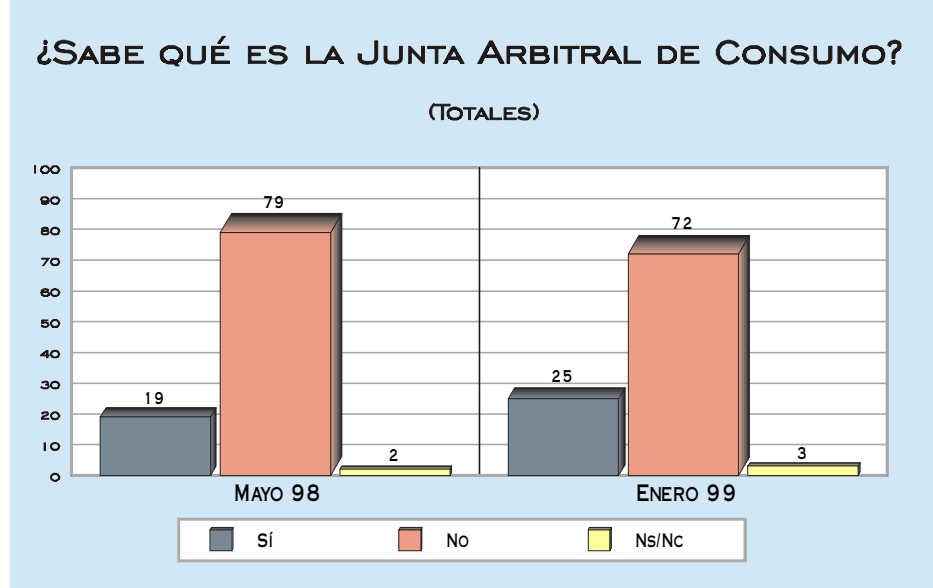
- La **Oficina Municipal de Información al Consumidor** es la entidad a la que acudirían a tramitar una queja la mayoría de los colectivos analizados, si bien se nombra más entre los vizcaínos y guipuzcoanos, entre los residentes en municipios medianos y entre los que poseen estudios menores que primarios. Es además una entidad que se relaciona más para las quejas de consumo cuantos más años y menor nivel de estudios y de clase social presenta el entrevistado.
- La **Asociación de Consumidores** se nombra más en Araba, entre los que viven en las capitales y entre los que se definen de clase alta y -al contrario de lo que ocurría con las oficinas municipales- a medida que la población tienen menos años, mayor nivel de estudios y de clase social.



Consumo

Conocimiento de la Junta Arbitral de Consumo (Totales)

<i>¿Sabe Ud. qué es la Junta Arbitral de Consumo?</i>		
	CAPV SV ENE 99	CAPV SV MAY 98
Sí	19	25
No	79	72
Ns/Nc	2	3
(PORCENTAJES VERTICALES)	100	100



- UN 19% DE LOS RESIDENTES EN LA CAPV SABE QUÉ ES LA JUNTA ARBITRAL DE CONSUMO, Y LA AMPLIA MAYORÍA, EL 79%, LO DESCONOCE.
- En mayo de 1998 el porcentaje de gente que conocía la junta era algo superior al actual.

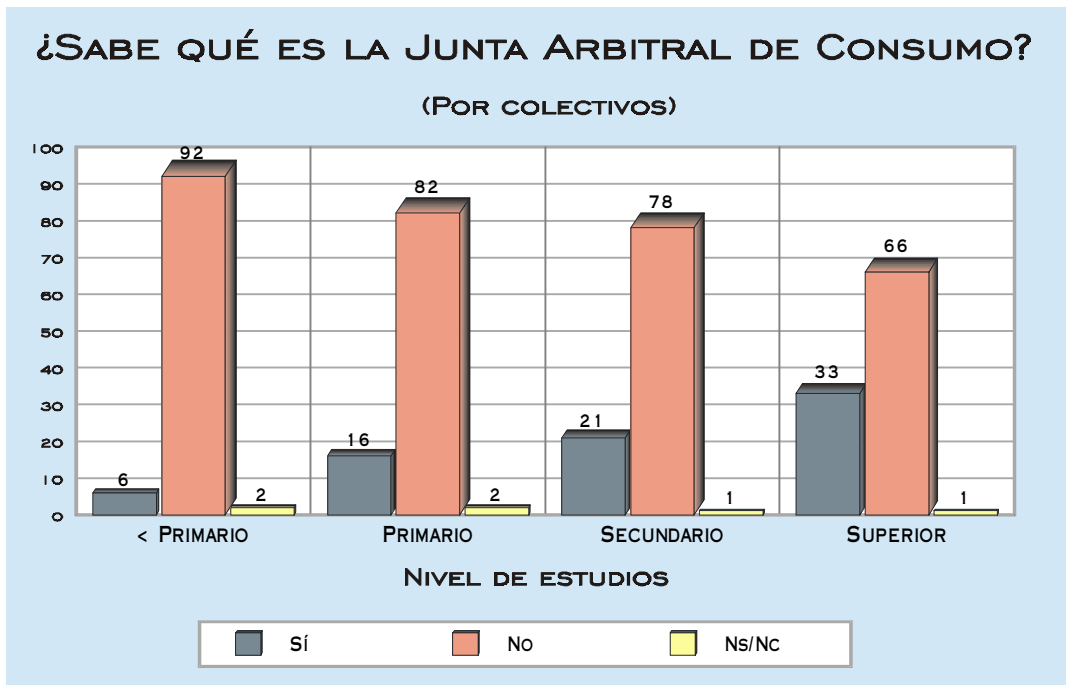
Consumo

Conocimiento de la Junta Arbitral de Consumo

(Por colectivos)

¿Sabe Ud. qué es la Junta Arbitral de Consumo?																		
	TOTAL	TERRITORIO			GRUPOS DE EDAD				TAMAÑO DE MUNICIPIO			NIVEL DE ESTUDIOS				CLASE SOCIAL SENTIDA		
		ARABA	BIZKAIA	GIPUZKOA	18-29	30-45	46-64	>=65	PEQUEÑO	MEDIANO	CAPITAL	<PRIMARIO	PRIMARIO	SECUNDARIO	SUPERIOR	BAJA	MEDIA	ALTA
Si.....	19	17	19	20	14	29	19	8	12	17	24	6	16	21	33	15	20	27
No.....	79	81	80	78	84	70	79	89	86	82	74	92	82	78	66	83	78	73
Ns/Nc.....	2	1	1	2	2	1	2	3	2	1	2	2	2	1	1	2	1	0
(PORCENTAJES VERTICALES).....	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

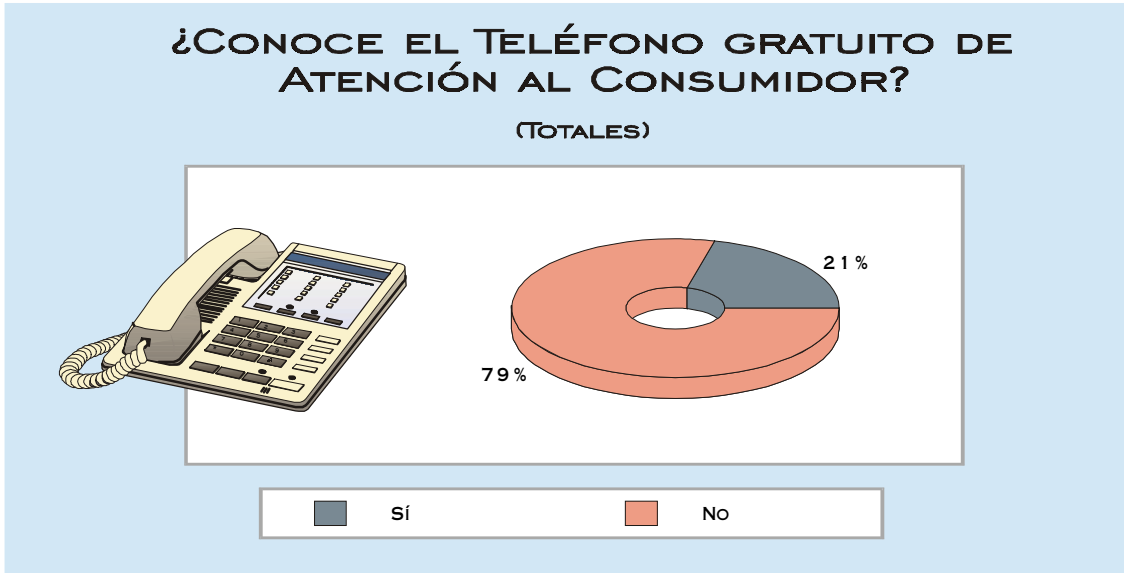
- ☑ Con relación a la edad, esta institución es más conocida entre los que tienen entre 30 y 45 años (29%) mientras que entre los más jóvenes y los más mayores desciende considerablemente el porcentaje de gente que sabe lo que es (un 14% y un 8%, respectivamente).
- ☑ El conocimiento de la Junta Arbitral de Consumo es mayor a medida que aumentan el tamaño de población, el nivel de estudios y la clase social sentida de la población.



Consumo

Conocimiento del Teléfono de Atención al Consumidor (Totales)

<i>¿Conoce Ud. el Teléfono gratuito de Atención al Consumidor 900-600-500?</i>	
	CAPV SV ENE 99
Si	21
No	78
Ns/Nc	0
(PORCENTAJES VERTICALES)	100



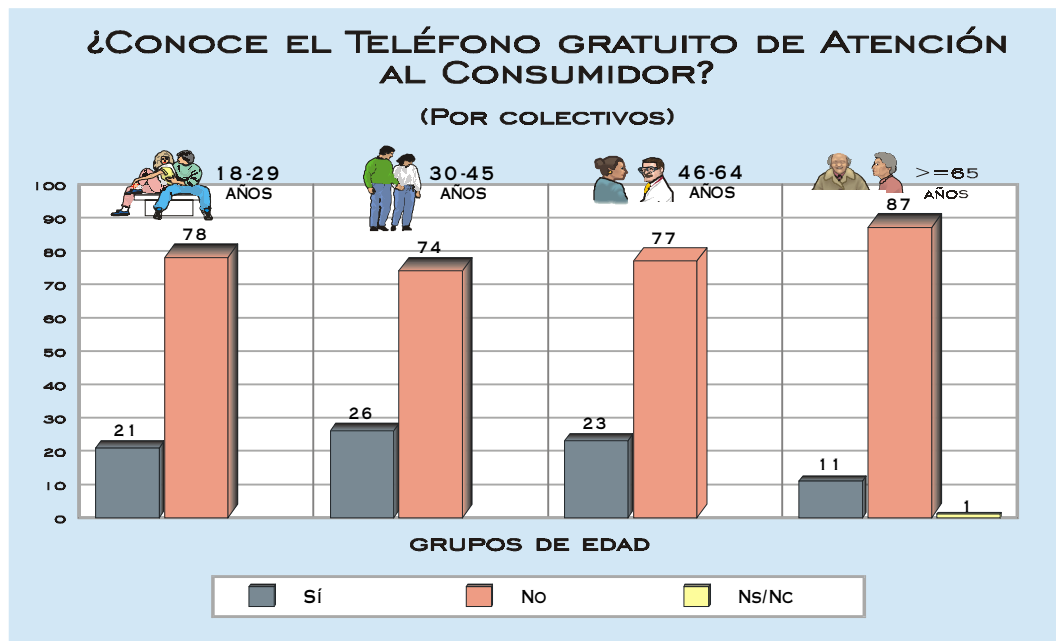
UNO DE CADA CINCO CIUDADANOS VASCOS (21%) CONOCE EL TELÉFONO DE ATENCIÓN AL CONSUMIDOR 900-600-500, MIENTRAS QUE EL RESTANTE 78% NO LO CONOCE.

Consumo

Conocimiento del Teléfono de Atención al Consumidor (Por colectivos)

¿Conoce Ud. el Teléfono gratuito de Atención al Consumidor 900-600-500?											
	TOTAL	TERRITORIO			GRUPOS DE EDAD				TAMAÑO DE MUNICIPIO		
		ARABA	BIZKAIA	GIPUZKOA	18-29	30-45	46-64	>=65	PEQUEÑO	MEDIANO	CAPITAL
Si	21	20	23	19	21	26	23	11	16	23	21
No.....	78	80	76	81	78	74	77	87	83	77	78
Ns/Nc	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0
(PORCENTAJES VERTICALES).....	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

- La edad donde mayor proporción de gente conoce este teléfono es aquella que comprende el intervalo 30-45 años (26%). Entre los mayores de 64 años tan sólo el 11% manifiesta conocerlo.
- Con relación al tamaño de municipio, el conocimiento es ligeramente inferior entre la gente que vive en los municipios pequeños.

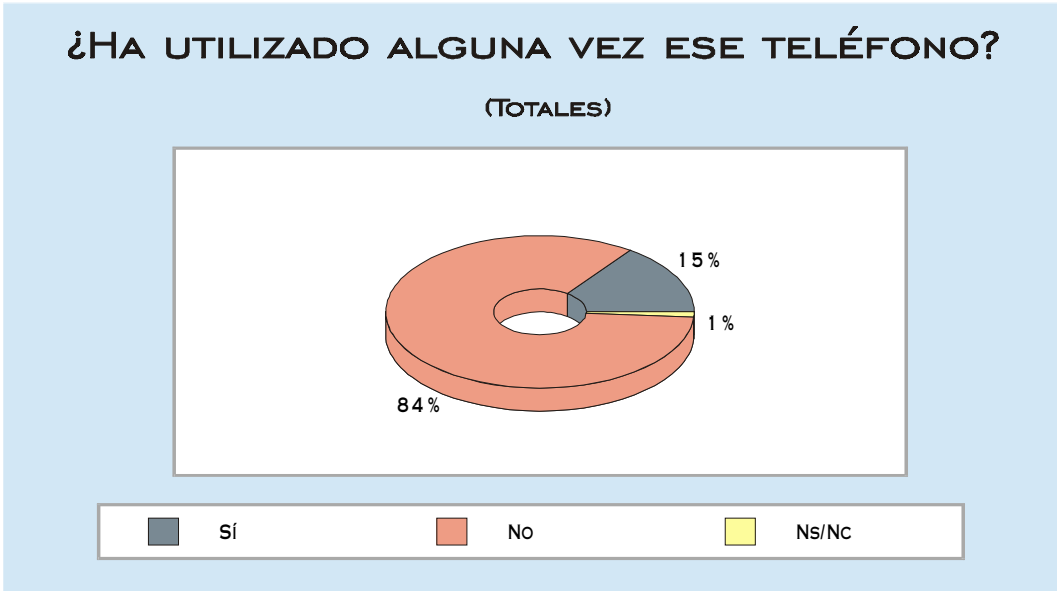


Consumo

Utilización del Teléfono de Atención al Consumidor (Totales)

<i>¿Lo ha utilizado alguna vez? *</i>	
	CAPV SV ENE 99
Sí	15
No.....	84
Ns/Nc	1
(PORCENTAJES VERTICALES)	100

* PREGUNTA REALIZADA AL 21% DE LA POBLACIÓN QUE CONOCÍA EL TELÉFONO DE ATENCIÓN AL CONSUMIDOR



ENTRE LOS QUE CONOCEN EL TELÉFONO DE ATENCIÓN AL CONSUMIDOR, EL 15% LO HA UTILIZADO ALGUNA VEZ Y EL 84% NO LO HA UTILIZADO NUNCA.

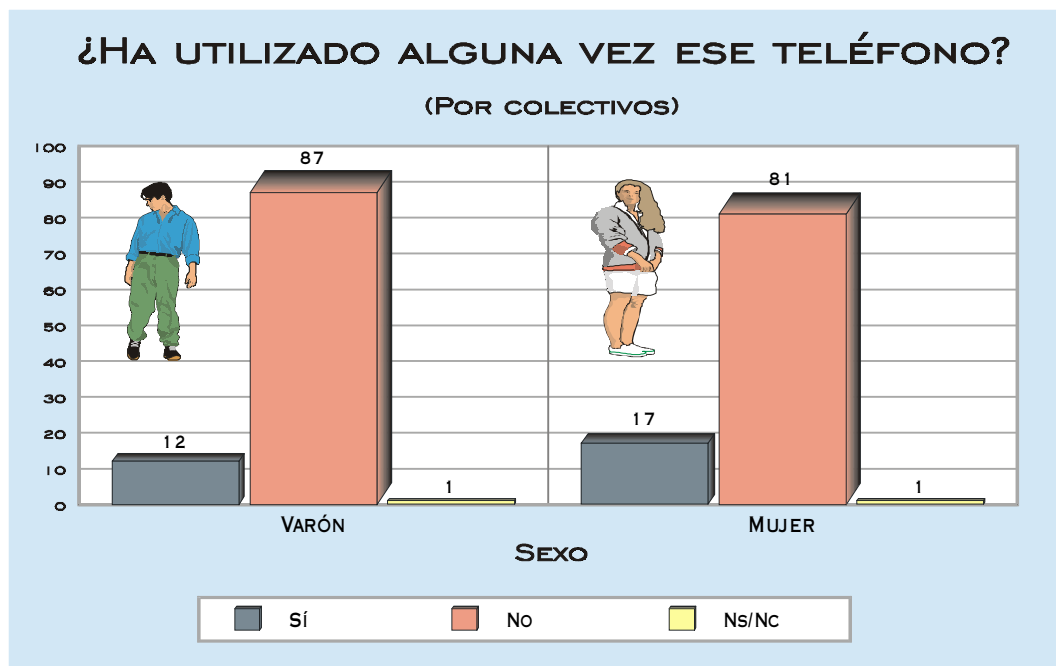
Consumo

Utilización del Teléfono de Atención al Consumidor (Por colectivos)

¿Lo ha utilizado alguna vez? *										
	TOTAL	TERRITORIO			SEXO		GRUPOS DE EDAD			
		ARABA	BIZKAIA	GIPUZKOA	VARÓN	MUJER	18-29	30-45	46-64	>=65
Sí	15	18	13	17	12	17	15	16	17	2
No	84	81	85	82	87	81	83	83	83	96
Ns/Nc	1	2	1	1	1	1	2	1	0	1
(PORCENTAJES VERTICALES)	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

* PREGUNTA REALIZADA AL 21% DE LA POBLACIÓN QUE CONOCÍA EL TELÉFONO DE ATENCIÓN AL CONSUMIDOR

- Las mujeres que conocían el servicio han realizado mayor uso de este teléfono que los hombres: un 17% frente a un 12%, respectivamente.
- Entre los que conocían el teléfono, los que tienen más de 64 son el colectivo que menor uso ha hecho de este servicio (apenas un 2%).



C - Turismo

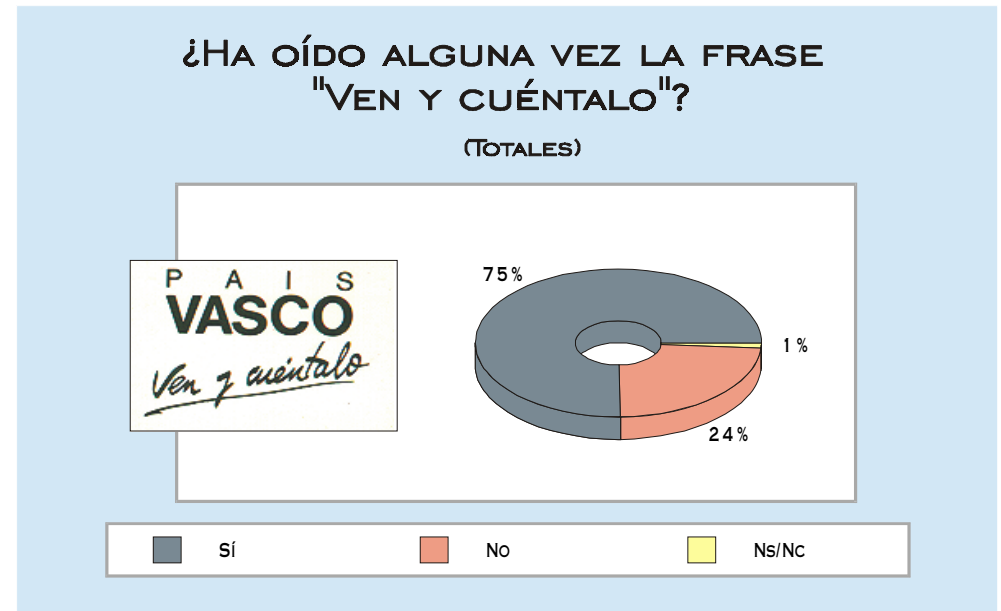
- Campaña “Ven y cuéntalo”
- Incremento del turismo en el País Vasco

Turismo

Campaña "Ven y cuéntalo"

(Totales)

¿Ha oído Ud. alguna vez la frase "Ven y cuéntalo"?		
	CAPV SV ENE 99	CAPV SV MAY 98
Si	76	76
No.....	24	23
Ns/Nc	1	1
(PORCENTAJES VERTICALES)	100	100



- TRES DE CADA CUATRO VASCOS (76%) HA OÍDO ALGUNA VEZ LA FRASE "VEN Y CUÉNTALO". UN 24% NO LA HA OÍDO NUNCA.
- El alcance del eslogan entre los vascos no ha variado desde mayo de 1998, manteniéndose los mismos porcentajes de conocimiento y de desconocimiento.

Turismo

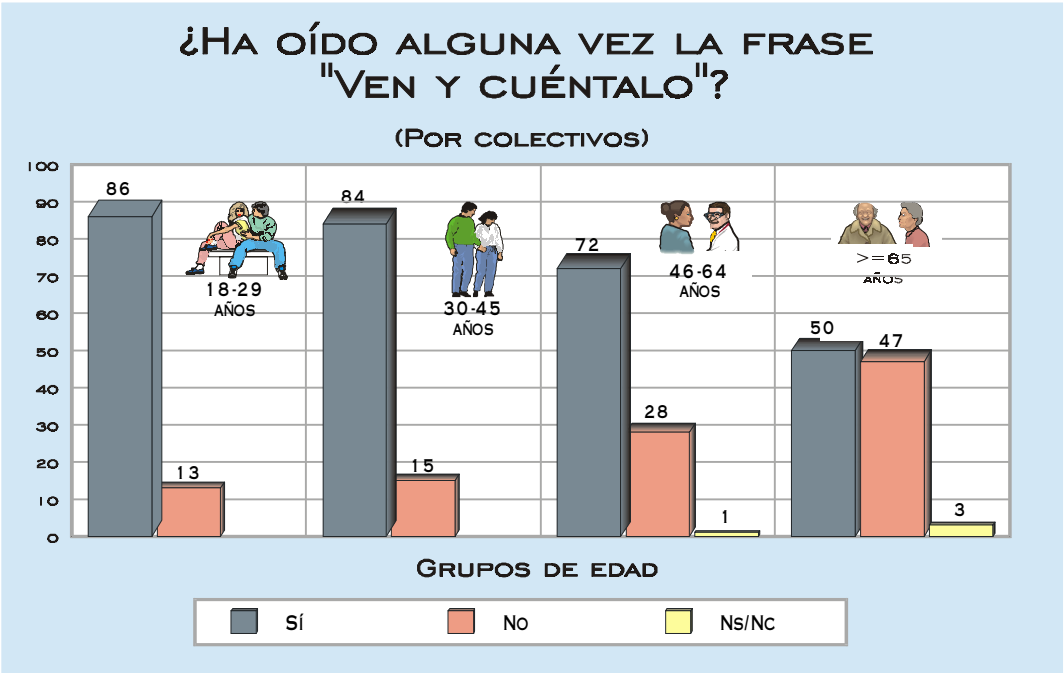
Campaña "Ven y cuéntalo"

(Por colectivos)

¿Ha oído Ud. alguna vez la frase "Ven y cuéntalo"?

	TOTAL	TERRITORIO			GRUPOS DE EDAD				TAMAÑO DE MUNICIPIO			NIVEL DE ESTUDIOS			
		ARABA	BIZKAIA	GIPUZKOA	18-29	30-45	46-64	>=65	PEQUEÑO	MEDIANO	CAPITAL	<PRIMARIO	PRIMARIO	SECUNDARIO	SUPERIOR
Si.....	76	74	77	74	86	84	72	50	69	73	82	46	68	88	92
No.....	24	25	22	26	13	15	28	47	30	27	17	51	31	12	8
Ns/Nc.....	1	1	1	1	0	0	1	3	1	1	1	3	1	0	0
(PORCENTAJES VERTICALES).....	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

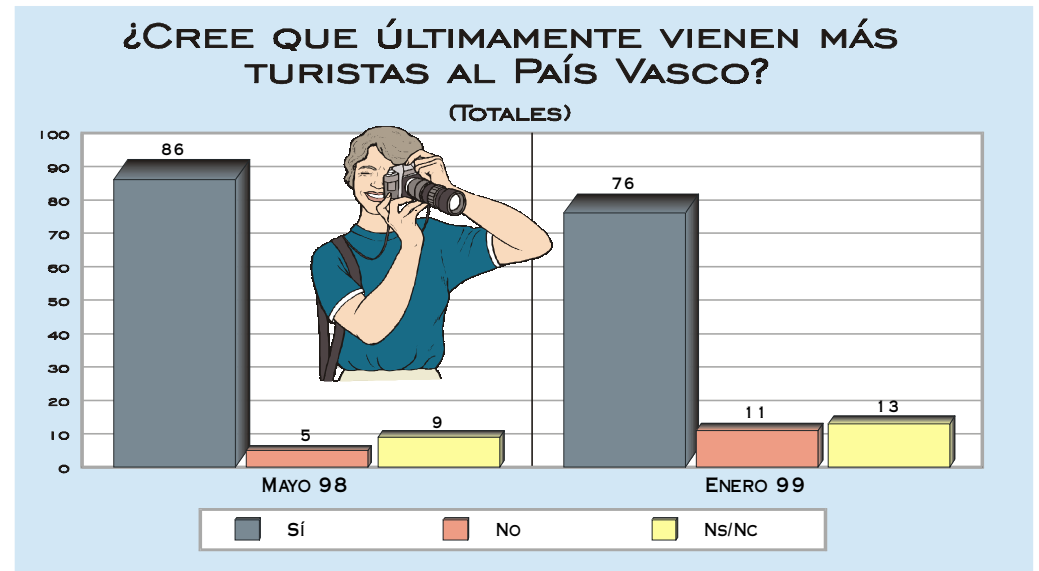
- El eslogan es más conocido por los que tienen menos de 46 años, los que viven en las capitales y por los que poseen estudios secundarios o superiores.
- Además, el eslogan tiene más incidencia a medida que desciende la edad de la población y aumenta el tamaño de municipio y de nivel de estudios de la población.



Turismo

Incremento del turismo en el País Vasco (Totales)

<i>¿Cree Ud. que últimamente vienen más turistas al País Vasco?</i>		
	CAPV SV ENE 99	CAPV SV MAY 98
Sí	86	76
No.....	5	11
Ns/Nc	9	13
(PORCENTAJES VERTICALES)	100	100



- LA MAYORÍA DE LOS VASCOS (86%) CREE QUE ÚLTIMAMENTE VIENEN MÁS TURISTAS AL PAÍS VASCO. TAN SÓLO UN 5% NO LO CREE ASÍ Y UN 9% NO CONTESTA
- La percepción de que últimamente vienen más turistas al país vasco ha aumentado considerablemente con relación a mayo del 98, aumentando en diez puntos el porcentaje de población que así lo considera.

Turismo

Incremento del turismo en el País Vasco

(Por colectivos)

¿Cree Ud. que últimamente vienen más turistas al País Vasco?											
	TOTAL	TERRITORIO			TAMAÑO DE MUNICIPIO			NIVEL DE ESTUDIOS			
		ARABA	BIZKAIA	GIPUZKOA	PEQUEÑO	MEDIANO	CAPITAL	<PRIMARIO	PRIMARIO	SECUNDARIO	SUPERIOR
Sí.....	86	81	91	81	82	85	90	75	87	88	91
No.....	5	7	4	7	8	4	4	7	4	5	5
Ns/Nc.....	9	13	6	13	10	10	6	17	9	7	4
(PORCENTAJES VERTICALES).....	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

La creencia de que últimamente vienen más turistas al País Vasco, es mayor entre los vizcaínos (91%), los que residen en capitales (90%) y los que poseen estudios superiores (91%).

