



**Informe de resultados de la encuesta
sobre hábitos de compra y uso
de productos químicos en el hogar**



En cumplimiento de la legislación vigente en materia de asociaciones, Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre, CECU no autoriza la reproducción total o parcial del contenido de este Informe para la realización de ningún tipo de comunicación comercial. Los datos contenidos en el citado Informe solo podrán ser utilizados para fines informativos o formativos carentes de ánimo de lucro y siempre que se cite expresamente su origen.

I. Introducción	4
II. Metodología	5
III. Resultados	6
1. Aspectos relacionados con el etiquetado de los productos químicos	6
1.1. Conocimiento de los pictogramas de peligro	6
1.2. Lectura de las etiquetas de productos químicos	7
1.3. Influencia de los pictogramas de peligro en la decisión de compra de productos químicos	7
2. El uso de los productos químicos	8
2.1. La mezcla de productos de limpieza	8
2.2. Las dosis de los productos de limpieza	8
2.3. La compra de productos de limpieza y bricolaje de “uso profesional”	9
3. Aspectos relacionados con el uso de productos químicos	10
3.1. El teléfono del Servicio de Información Toxicológica	10
3.2. Provocación de vómito en caso de una ingesta accidental	10
4. Tratamiento de los envases	11
5. Compra de productos químicos por internet	11
6. Conclusiones	11
IV. Anexo: Cuestionario	17

I. Introducción

Este informe forma parte de un proyecto realizado por la CONFEDERACIÓN DE CONSUMIDORES Y USUARIOS (CECU) denominado “OJO A LA ETIQUETA. Consumidores Responsables”, financiado por la Agencia Española de Consumo, Seguridad Alimentaria y Nutrición, (AECOSAN), organismo autónomo adscrito al Ministerio de Sanidad, Consumo y Bienestar Social.

El objetivo general de la investigación ha consistido en conocer determinadas actitudes y comportamientos de los consumidores en relación a distintos aspectos relacionados con la adquisición y uso de productos químicos utilizados en los hogares. En concreto, se han abordado los siguientes:

- El etiquetado de los productos: conocimiento, atención e incidencia en la compra.
- El uso de los productos químicos: mezclas, dosis y compra de productos de uso exclusivo profesional.
- Aspectos relacionados con los accidentes en el uso de productos químicos.
- El tratamiento de los envases.
- La compra de productos químicos por internet.

En las siguientes páginas encontraremos una descripción de las principales características técnicas de la encuesta realizada, la presentación de los resultados obtenidos, así como las conclusiones y propuestas que se plantean desde CECU.

Este Informe tiene también como objetivo ofrecer información a los consumidores sobre la importancia de realizar nuestras compras de una manera informada, fomentar el uso responsable de los productos químicos, recordar los medios puestos a su disposición en caso de accidente por intoxicación en el hogar, divulgar cómo son los principales pictogramas relacionados con los productos potencialmente tóxicos y la forma correcta de reciclarlos, entre otros aspectos; para ello se puede acceder a su contenido íntegro a través de las páginas web de CECU dentro del espacio especial dedicado al proyecto OJO A LA ETIQUETA <https://cecu.es/ojo-a-la-etiqueta/>



<https://cecu.es/ojo-a-la-etiqueta>

II. Metodología

La investigación se ha desarrollado a partir de la realización de una encuesta cuyas principales características técnicas son las que se describen a continuación.

- **Ámbito:** España.
- **Universo:** Responsables de compra del hogar.
- **Muestra:** Muestra de 513 entrevistas.
- **Muestreo:** La distribución de la muestra es proporcional a la de la población por comunidad autónoma y tamaño de hábitat.
- **Selección de informantes:** Aleatoria del hogar sobre guía telefónica y conforme a cuotas de sexo y edad según el peso poblacional para estas dos variables.
- **Entrevistas:** Telefónicas asistidas por ordenador (CATI), realizadas mediante el servicio ómnibus de SIMPLE LÓGICA.
- **Cuestionario:** Elaborado conjuntamente por los responsables de CECU, con una extensión de 10 preguntas.
- **Supervisión:** Se ha procedido a la supervisión del 20% de las entrevistas realizadas mediante audición simultánea de las entrevistas o rellamada telefónica. La supervisión ha afectado a la totalidad de los entrevistadores intervinientes en la realización del trabajo.
- **Trabajo de campo:** Del 1 al 9 de octubre de 2018.
- **Margen de error:** Para $p=q=0,5$ y un nivel de confianza del 95,5% para datos globales es de $\pm 4,42\%$.
- **Instituto responsable:** SIMPLE LÓGICA INVESTIGACIÓN, S.A.

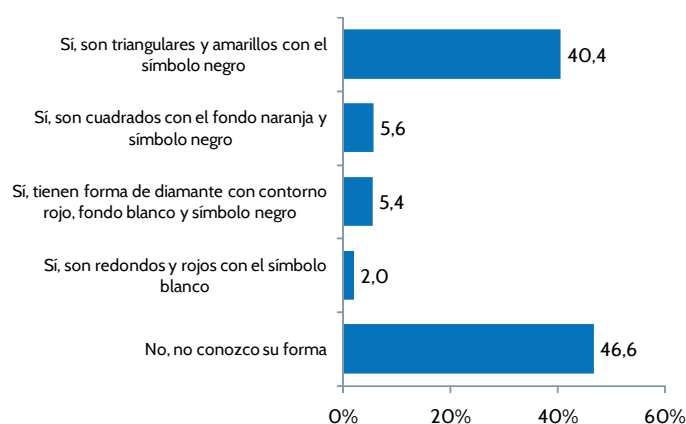
III. Resultados

1. Aspectos relacionados con el etiquetado de los productos químicos

Se trata en este primer apartado de abordar algunos aspectos relacionados con el grado de conocimiento de algunos pictogramas presentes en los envases de productos químicos utilizados en los hogares, la atención al etiquetado y la incidencia de esa información en el comportamiento de compra.

1. 1 Conocimiento de los pictogramas de peligro

Gráfico n° 1. ¿Podría decirme si conoce la forma que tienen los pictogramas de peligro que aparecen en las etiquetas de los productos químicos y, en caso afirmativo, decirme cuál es?



Es claramente mayoritario el desconocimiento de los pictogramas de peligro que aparecen en el etiquetado de los productos químicos que se utilizan en los hogares por parte de los responsables de su adquisición.

Algo menos de la mitad de esos responsables de las compras de los hogares (46,6%) reconocen directamente no conocer la forma de esos pictogramas y cuatro de cada diez (40,4%) creen que esos pictogramas son triangulares y amarillos con el símbolo negro.

Solo un 5,4% de los entrevistados indican que el pictograma de peligro en las etiquetas de los productos químicos tiene forma de diamante con contorno rojo, fondo blanco y símbolo en negro.

Las diferencias de opinión aparecen claramente asociadas a la edad y el nivel de estudios de los informantes.

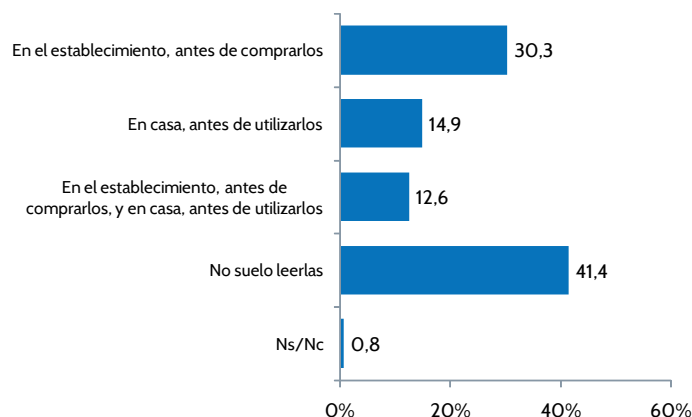
El porcentaje de quienes reconocen no conocer la forma de los pictogramas de peligro que aparecen en las etiquetas de los productos químicos es significativamente superior entre las mujeres (51,2%) con respecto al que se registra entre los hombres (37,4%), los responsables de compras de 65 y más años (74,3%) y los que tienen estudios primarios (59,0%).

Por su parte, la proporción de quienes indican que los pictogramas de peligro tienen forma triangular y son amarillos con símbolo negro es significativamente superior entre los hombres (46,9% con respecto a las mujeres (37,1%) y los menores de 34 años ($\geq 51,0\%$).

La proporción de quienes señalan que el signo de peligro tiene forma de diamante, con fondo blanco y símbolo negro es significativamente superior entre los hombres (9,0%) con respecto al que se registra entre las mujeres (3,5%).

1.2 Lectura de las etiquetas de productos químicos

Gráfico n° 2. ¿Podría decirme si lee las etiquetas de los productos químicos de uso en el hogar y, en caso afirmativo, en qué momento?



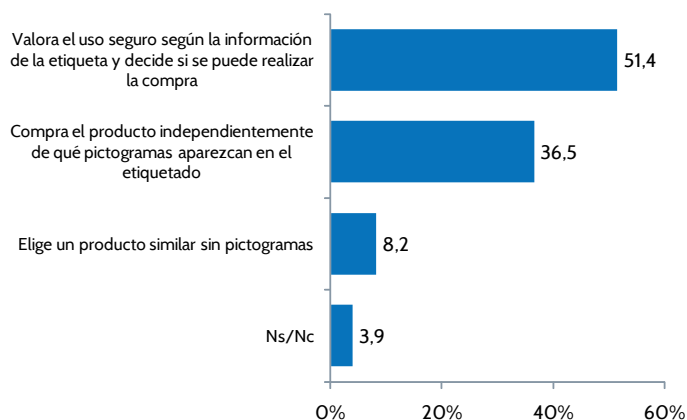
Base: Total muestra (513 casos).

Algo más de cuatro de cada diez responsables de compras del hogar (41,4%), quienes declaran que no suelen leer las etiquetas, mientras que algo menos de uno de cada tres (30,3%) lo hace en los establecimientos antes de comprarlos, algo más de uno de cada diez (14,9%) en casa, antes de utilizarlos.

No se registran diferencias claramente significativas en los distintos segmentos de la muestra en los comportamientos declarados a propósito de la lectura de las etiquetas, a lo sumo se puede señalar que la proporción de quienes no las suelen leer tiende a ser superior entre los mayores de 65 años y los que tienen estudios primarios o inferiores.

1.3 Influencia de los pictogramas de peligro en la decisión de compra de productos químicos

Gráfico n° 3. Al comprar un producto químico que incluye pictogramas de peligro en su etiquetado, ¿cuál de los siguientes es su comportamiento más habitual?



Base: Total muestra (513 casos).

Más de la mitad de los responsables de compra de los hogares (51,4%) declara que ante los pictogramas de peligro en un producto valora la utilización segura según la información de la etiqueta y decide si se puede realizar la compra.

No obstante, es considerable la proporción de quienes manifiestan comprar el producto independientemente de los pictogramas que aparezcan en su etiquetado (36,5%).

Es minoritario el porcentaje de quienes tratan de buscar un producto similar sin pictogramas (8,2%).

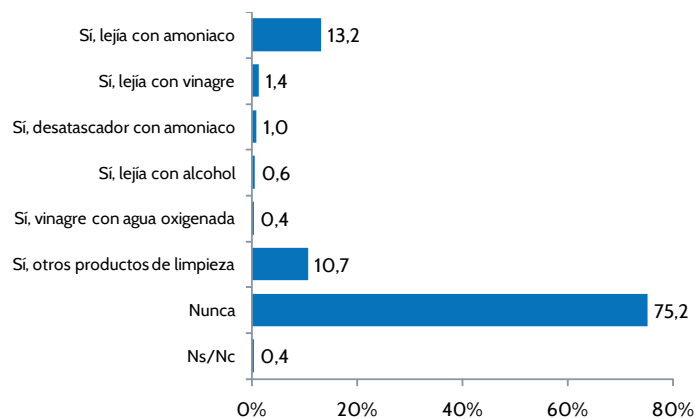


No llegan a ser significativas las diferencias de comportamiento declaradas en los distintos segmentos de la muestra. Solo puntualmente se observa que entre los entrevistados de 18 a 24 años es significativamente superior el porcentaje de quienes declaran que compran el producto independientemente de qué pictogramas aparezcan en el etiquetado (71,2%), aunque la base estadística de los informantes de esta edad es muy reducida y no permite su extrapolación.

2. El uso de los productos químicos

2.1 La mezcla de productos de limpieza

Gráfico n° 4. ¿Podría decirme si ha mezclado en alguna ocasión productos de limpieza en su hogar y, en caso afirmativo, cuáles?



Base: Total muestra (513 casos).

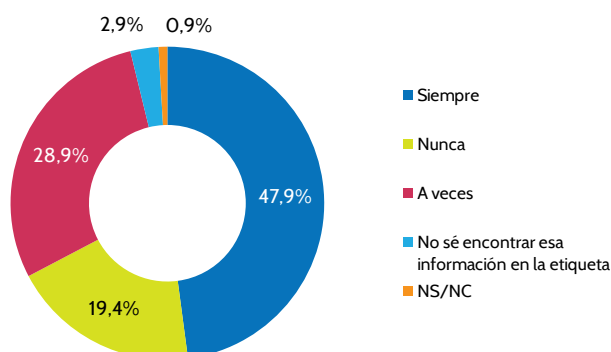
Tres de cada cuatro entrevistados (75,2%) manifiestan no realizar nunca mezclas de productos de limpieza en su hogar. Sin embargo, representan algo más de uno de cada diez (13,2%) los que declaran haber mezclado en alguna ocasión lejía con amoníaco y una proporción algo inferior (10,7%) los que declaran haber realizado otras mezclas distintas de las previstas en nuestra pregunta.

Las demás mezclas previstas han sido realizadas por porcentajes muy reducidos, próximos al 1% o incluso inferiores.

Prácticamente no se registran diferencias significativas entre los distintos segmentos en cuanto a los distintos comportamientos relacionados de mezcla de productos de limpieza. Solo puntualmente puede señalarse que el porcentaje de quienes declaran haber realizado la mezcla de lejía y amoníaco es significativamente superior entre las mujeres (16,1%) al que se registra entre los hombres (7,3%).

2.2 Las dosis de los productos de limpieza

Gráfico n° 5. Cuando usa un producto de limpieza, ¿ajusta la dosis a la recomendada por el fabricante?



Base: Total muestra (513 casos).

Representan algo menos de la mitad de los entrevistados (47,9%) los que declaran ajustar siempre la dosis que utilizan de los productos de limpieza a la que recomienda el fabricante, casi dos de cada diez (19,4%) reconocen no hacerlo nunca y algo más de una cuarta parte (28,9%) declaran hacerlo a veces.

La proporción de quienes declaran ajustarse siempre a las dosis que indican los fabricantes es significativamente superior entre

- los hombres (56,9%) que entre las mujeres (43,5%),
- los mayores de 65 años (53,2%) con respecto a los que tienen entre 25 y 34 (38,2%) y
- los que tienen estudios secundarios (54,1%) o universitarios (52,7%) que entre los que tienen estudios primarios (38,8%).

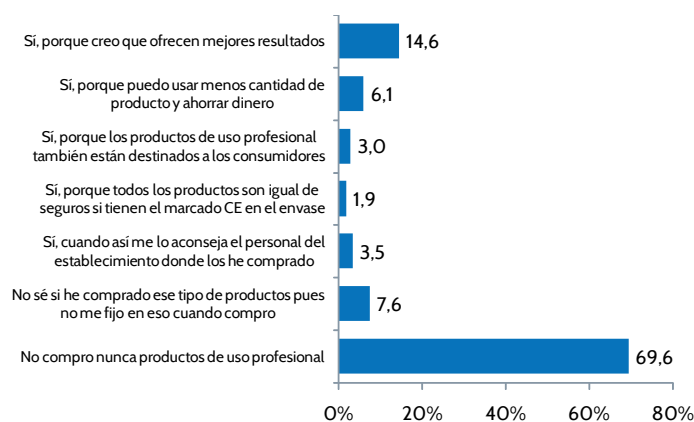
Por su parte el porcentaje de los que declaran no atenerse nunca a la dosis recomendada por los fabricantes es significativamente superior entre

- quienes tienen de 25 a 34 años (32,2%) y
- entre los que tienen estudios primarios (25,8%) con respecto a los que tienen secundarios (16,5%) o universitarios (15,6%).

La proporción de quienes declaran ajustar a veces la dosis a la recomendada por el fabricante entre las mujeres (32,2%) es significativamente mayor a la que se registra entre los hombres (22,0%).

2.3 La compra de productos de limpieza y bricolaje de “uso profesional”

Gráfico n° 6. Dígame, por favor, si ha comprado productos de limpieza y bricolaje etiquetados como “de uso profesional” para utilizarlos en su hogar y, en caso afirmativo el motivo o los motivos



Base: Total muestra (513 casos).

Prácticamente siete de cada diez responsables de compra del hogar (69,6%) declaran no comprar nunca productos de limpieza o bricolaje de “uso profesional” y un 7,6% manifiestan no saber si han comprado ese tipo de productos porque es un aspecto al que no prestan atención.

Quienes declaran haberlos comprado lo hacen especialmente porque creen que ofrecen mejores resultados (14,6%). A continuación, se sitúan los que piensan que con esos productos pueden usar menos cantidad y ahorrar dinero (6,1%). Son minoritarios los colectivos de quienes declaran comprarlos cuando se lo aconseja el personal del establecimiento (3,5%), los que piensan que esos productos de uso profesional están también destinados a los consumidores (3,0%) y los que los compran pensando que son igual de seguros si tienen el marcado CE en el envase (1,9%).

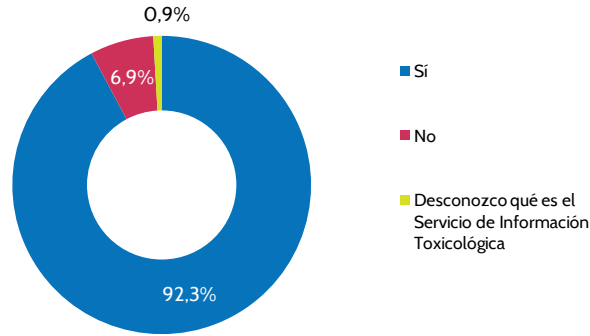
Solo puntualmente se registran algunas diferencias en los porcentajes registrados en algunos segmentos de la muestra, pero no llegan a señalar una tendencia clara o a ser relevantes.



3. Aspectos relacionados con el uso de productos químicos

3.1 El teléfono del Servicio de Información Toxicológica

Gráfico n° 7. ¿Sabe usted que en el etiquetado de los productos químicos de limpieza se encuentra el teléfono del Servicio de Información Toxicológica para consultas médicas en caso de accidente por intoxicación?



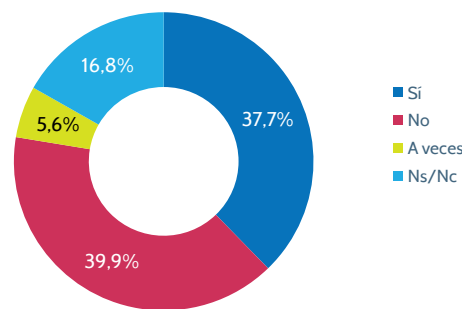
Base: Total muestra (513 casos).

Representan más de nueve de cada diez responsables de compras de los hogares (92,3%) quienes declaran saber que en el etiquetado de los productos químicos de limpieza se encuentra el teléfono del Servicio de Información Toxicológica para consultas médicas en caso de accidente. Sin embargo, representan menos de uno de cada diez (6,9%) los que declaran no saberlo.

Ese porcentaje de quienes no lo saben es significativamente superior entre los que tienen de 18 a 24 años (29,0%) o de 25 a 34 (14,2%) y los mayores de 65 (12,3%).

3.2 Provocación de vómito en caso de una ingesta accidental

Gráfico n° 8. En su opinión ¿cree usted que es adecuado provocar el vómito en caso de ingerir accidentalmente detergente, lavavajillas o lejía?



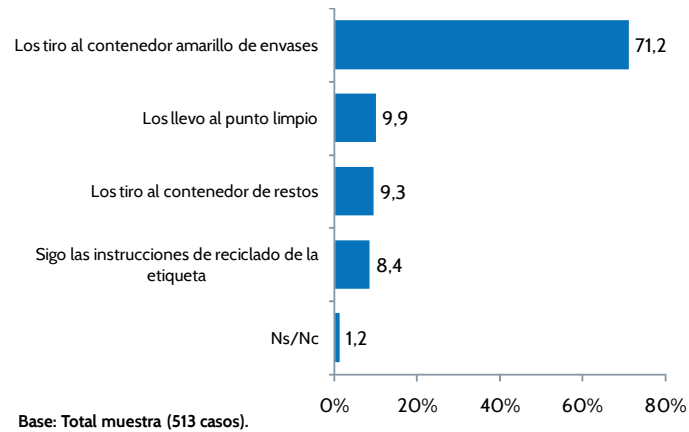
Base: Total muestra (513 casos).

Es solo ligeramente inferior el porcentaje de quienes consideran adecuado provocar el vómito en caso de ingesta de detergente o un producto similar (37,7%) al de quienes opinan que no es conveniente (39,9%). Un 16,8% de los entrevistados no llegan a contestar a esta pregunta, lo que muy probablemente se deba a desconocer cuál es la alternativa adecuada, y una minoría del 5,6% manifiesta que puede ser adecuado a veces.

Las diferencias de opinión más relevantes que se registran en este punto están vinculadas al sexo de los informantes. En este sentido hay que señalar que mientras entre los hombres es significativamente superior el porcentaje de quienes consideran adecuado provocar el vómito (46,6%) es significativamente superior al que se registra entre las mujeres (33,3%), entre éstas es significativamente superior el porcentaje de quienes declaran que no es adecuado (42,9%) al de quienes sostienen la misma opinión entre los hombres (33,7%).

4. Tratamiento de los envases

Gráfico nº 9. ¿Qué hace habitualmente con los envases de productos químicos de uso en el hogar?



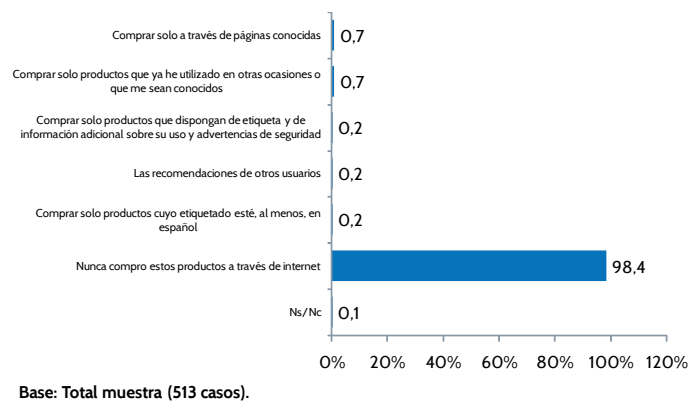
Algo más de siete de cada diez responsables de compras en el hogar (71,2%) declaran echar al contenedor amarillo los envases de los productos químicos utilizados en el hogar y son minoritarios los porcentajes de quienes declaran llevarlos al punto limpio (9,9%), echarlos al contenedor de restos (9,3%) o seguir las instrucciones de reciclado de la etiqueta (8,4%).

Solo puntualmente se registran diferencias significativas en la conducta declarada en cuanto al tratamiento de los envases de productos químicos.

La proporción de quienes declaran llevarlos al punto limpio es significativamente superior entre los hombres (15,7%), la de quienes los tiran al contenedor de restos entre los que tienen de 35 a 44 años (16,8%) y la de quienes siguen las instrucciones de reciclado de la etiqueta entre los que tienen de 45 a 54 años (14,2%).

5. Compra de productos químicos por internet

Gráfico nº 10. Dígame, por favor, si compra productos químicos por internet y, en caso afirmativo, si procura o tiene en cuenta...



Es prácticamente residual la proporción de responsables de compras del hogar que declaran comprar productos químicos por internet y absolutamente mayoritaria (98,4%) la proporción de los que declaran no hacerlo.

No son relevantes las diferencias que se registran en los distintos segmentos de la muestra, establecidos en función de las diferentes variables de análisis.



6. Conclusiones

El Real Decreto 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 y otras leyes complementarias (LGDCU), reconoce en el **artículo 8** los derechos básicos de los consumidores y usuarios, en concreto y entre otros: la protección contra los riesgos que puedan afectar su salud o seguridad, la protección de sus legítimos intereses económicos y sociales, la información correcta sobre los diferentes bienes o servicios y la educación y divulgación para facilitar el conocimiento sobre su adecuado uso, consumo o disfrute.

El artículo 8 citado ha de ponerse en relación con el **artículo 11** del mismo texto legal, artículo encargado de recordar el deber general de seguridad: “*Los bienes o servicios puestos en el mercado deben ser seguros*”. Son bienes o servicios seguros los que en condiciones de uso normales o razonablemente previsibles no presentan riesgo alguno para la salud o seguridad de las personas, o únicamente los riesgos mínimos compatibles con el uso del bien o servicio y considerados admisibles dentro de un nivel elevado de protección de la salud y seguridad de las personas. Como puede observarse, el consumidor también juega un papel en la protección de su salud y seguridad, pues se espera de él que realice un uso normal o razonablemente previsible.

Para que el consumidor pueda usar lo que compra de manera responsable, el **artículo 12** de la LGDCU reconoce su derecho a la información y, al mismo tiempo, la obligación de los empresarios de poner en conocimiento previo del consumidor y usuario, por medios apropiados, los riesgos susceptibles de la utilización previsible de los bienes y servicios, habida cuenta de su naturaleza, características, duración y de las personas a las que van destinados. Es más, en el caso de productos químicos y todos los artículos que en su composición lleven sustancias clasificadas como peligrosas, los productos deben ir envasados con las debidas garantías de seguridad y llevar de forma visible las oportunas indicaciones que adviertan el riesgo de su manipulación.

Cuando se trata de productos potencialmente peligrosos, si la información llega al consumidor de manera veraz, suficiente y objetiva, tiene el efecto de generar confianza en el mercado y, al mismo tiempo, hacer consciente al consumidor de que aunque el riesgo cero no existe, sí puede minimizarse mediante hábitos de consumo y uso responsable.

La presente encuesta nos ha acercado a varios aspectos relacionados con la seguridad de los productos y el comportamiento del consumidor en el momento de la compra y en el posterior de utilización del producto. Esta encuesta se ha realizado con el ánimo de detectar nichos futuros de trabajo en esa materia y en su relación con el consumo responsable.

EL ETIQUETADO DE LOS PRODUCTOS: CONOCIMIENTO, ATENCIÓN E INCIDENCIA EN LA COMPRA



¿Podría decirme si conoce la forma que tienen los pictogramas de peligro que aparecen en las etiquetas de los productos químicos y, en caso afirmativo, decirme cuál es?

Los pictogramas pueden catalogarse como un sistema idóneo para transmitir información a los consumidores independientemente de su idioma e, incluso, de su nivel cultural. La información transmitida a través de una imagen, en este caso los pictogramas de peligro, presenta también la ventaja de que la información se procesa con mayor rapidez que la procedente de un texto escrito. Para que el pictograma resulte eficaz y cumpla la función para la que fue diseñado, debe ser conocido por los consumidores.

Solo el 5,4% de los responsables de compras de los hogares sabe definir que los pictogramas de peligro en las etiquetas de productos químicos tiene forma de diamante, contorno rojo, fondo blanco y símbolo negro, mientras el 46,6% manifiestan directamente no conocer su forma y el 40,4% creen que son triangulares y amarillos con fondo negro.

El mayor porcentaje de población que desconoce la forma de los pictogramas de peligro es mayoritario en las mujeres, en los responsables de compra de más de 65 años y en las personas con estudios primarios.

Teniendo en cuenta la metodología seguida, entrevistas telefónicas, es evidente que la mayoría de población consultada no ha sido capaz de asociar la definición de la forma con el concepto de pictograma de peligro. Futuros trabajos de investigación deberían profundizar en cuáles serían los resultados si los consumidores pudieran disponer, mediante entrevistas presenciales, de diferentes imágenes de pictogramas de uso frecuente en productos de consumo para indicar cuáles de ellos entran dentro de la categoría de pictogramas de peligro y cuáles no.

No obstante lo anterior, los resultados de la encuesta deben impulsar campañas de formación, información y educación al consumidor que propicien la disminución de dichas cifras de desconocimiento, especialmente entre la población de más de 65 años. El **Servicio de Información Toxicológica**¹ destacó *el incremento constante que se observa en los últimos años de consultas recibidas en las que el sujeto intoxicado corresponde a personas de más de 80 años (5,9 % en el año 2016)*. Este organismo consideró a este grupo de población como un grupo de riesgo importante.

¹ http://www.mjusticia.gob.es/cs/Satellite/Portal/es/ministerio/organismos-ministerio-justicia/instituto-nacional/memorias#id_1288784357133

Dichas campañas deben diseñarse, en cuanto al formato de los materiales formativos, tomando en consideración la **brecha digital** que afecta al colectivo de personas de mayor edad. Esta brecha no solo se deriva de factores económicos sino también por la mayor dificultad que presentan a la hora de adaptarse a los cambios tecnológicos o por su inseguridad respecto a sus destrezas y habilidades tecnológicas. Aunque las últimas cifras publicadas desde el INE² señalan que el 86,4% de los hogares españoles tiene acceso a Internet y que casi la totalidad de ellos (el 99,9%, 14,1 millones de hogares) disponen de acceso a internet por banda ancha (fibra óptica o red de cable, telefonía móvil 3G o 4G, ADSL...), también es cierto que indican que el uso de Internet va descendiendo paulatinamente conforme aumenta la edad, alcanzando el mínimo en el grupo de edad de 65 a 74 años (49,1%). Por tanto, los materiales formativos a utilizar deben **diseñarse en formatos digitales y analógicos**, de modo que no quede población destinataria excluida.



¿Podría decirme si lee las etiquetas de los productos químicos de uso en el hogar y, en caso afirmativo, en qué momento?

El etiquetado de los productos industriales dirigidos a los consumidores está regulado con la intención de ofrecer información veraz, eficaz y suficiente sobre las características esenciales del producto. A través de la etiqueta, el consumidor también recibe las advertencias de peligrosidad que tiene el producto, cuando de su utilización pudieran resultar riesgos previsibles. La importancia de la información contenida en la etiqueta es mayor cuando se trata de productos potencialmente peligrosos. Pese a ello, la encuesta nos arroja el preocupante dato de que **algo más de cuatro de cada diez responsables de compra del hogar (41,4%) declara que no suelen leer las etiquetas de los productos químicos**. Esto abre las puertas al debate sobre si la forma de educar al consumidor en materia de seguridad de los productos y uso responsable de los mismos está siendo la más acertada o si, por el contrario, deberían cambiarse los métodos empleados con el fin de captar la atención de los consumidores en esta materia. Lo cierto es que tanto desde las administraciones públicas con competencia en materia de consumo, las organizaciones de consumidores, los fabricantes y los distribuidores, se podrían aunar esfuerzos y emprender campañas formativas que alerten sobre la importancia de leer la etiqueta de los productos. La colocación, por ejemplo, de carteles informativos sobre los diferentes pictogramas de seguridad y su significado, ubicados en los lineales de los establecimientos comerciales o en las zonas de caja otorgarían al consumidor una valiosa información adicional para una compra mucho más responsable y segura de los productos y elevarían el compromiso y responsabilidad social de los operadores económicos participantes en la acción.

Leer las etiquetas antes de comprar o de usar un producto es un acto de consumo responsable. **Dos minutos de lectura pueden evitar un accidente en el hogar.**



Al comprar un producto químico que incluye pictogramas de peligro en su etiquetado, ¿cuál de los siguientes es su comportamiento más habitual?

Este primer bloque de preguntas finalizó con la relativa al comportamiento más habitual al comprar un producto químico que incluya pictogramas de peligro en su etiquetado. Algo más de la mitad de los responsables de compra del hogar (51,4%) ante un pictograma de peligro en una etiqueta valoran su utilización y deciden si se puede comprar, mientras que **algo más de uno de cada tres (36,5%) manifiestan que lo compran independientemente de los pictogramas que aparezcan** y el 8,2% que tratan de buscar un producto similar sin pictogramas.

Del grupo de respuestas resaltan las del porcentaje relativo a quienes en nada influye el pictograma que aparezca en el producto (36,5%), entre ellos es mayoritaria dicha actitud entre en el grupo de encuestados entre 18 y 24 años (71,2%), no existiendo grandes diferencias en cuanto a su nivel de estudios.

De nuevo, parece evidente que falta de formación del consumidor ha de ser paliada desde actuaciones educativas que favorezcan la compra responsable. Esta formación debe incluir la difusión del significado de cada pictograma y los diferentes riesgos asociados a cada uno de ellos. La modificación de hábitos de compra no responsables por parte de los consumidores debe ser una prioridad de trabajo desde las propias administraciones con competencias en materia de consumo y las organizaciones de consumidores.

² https://www.ine.es/prensa/tich_2018.pdf

EL USO DE LOS PRODUCTOS QUÍMICOS



¿Podría decirme si ha mezclado en alguna ocasión productos de limpieza en su hogar y, en caso afirmativo, cuáles?

Desde la primera edición del proyecto **Ojo a la Etiqueta**, CECU ha venido incluyendo como consejo de uso responsable el de no mezclar productos de limpieza, ya que se puede desencadenar una reacción química adversa. Con relación a la mezcla de productos, comprobamos que la actitud del consumidor es prudente. **Solo una cuarta parte reconoce haber mezclado algún producto químico alguna vez.** No obstante, es preocupante que algo más de 1 de cada 10 encuestados (13,2%) declare haber mezclado en alguna ocasión lejía con amoníaco. Siendo la lejía y el amoníaco dos productos muy utilizados para la limpieza, la mezcla de ambos genera un gas tóxico, cloruro de amonio, cuya inhalación puede ocasionar graves problemas de salud y, en ocasiones, incluso la muerte. Los últimos accidentes producidos en nuestro país por esta mezcla irresponsable de productos, seguramente por la falsa creencia del consumidor de estar consiguiendo con ello un producto de limpieza mucho más potente, debería ser objeto de mayor atención. En los distintos materiales de **Ojo a la Etiqueta**, ya sea en el calendario como en la aplicación para móviles, **el llamamiento al uso responsable de estos dos productos evitando su mezcla es constante.** Las campañas informativas deben continuar, incorporando otros ámbitos desde los que el consumidor pueda recibir información que preserve su salud y su seguridad. Los **Centros de Salud** de atención primaria podrían ser un lugar idóneo para la distribución de materiales informativos relacionados con la ecuación “consumo-salud-seguridad-uso responsable” de los productos químicos en el hogar. La propia tipología de esos Centros, sanitaria, reforzaría el mensaje y la asociación de ideas de que la formación es esta materia es también una medida sanitaria preventiva para evitar accidentes por intoxicación en el hogar.

Junto a ese grupo, un **10,7% declara haber realizado otras mezclas distintas.** Resultaría muy interesantes emprender futuros trabajos de investigación sobre el comportamiento del consumidor en relación con la mezcla de productos químicos de uso en el hogar, para poder analizar si se están generando situaciones de riesgo innecesarias.



Cuando usa un producto de limpieza, ¿ajusta la dosis a la recomendada por el fabricante?

La encuesta ha tenido también como objetivo conocer el grado de observancia de algunas indicaciones que figuran en la etiqueta de productos de limpieza. **El Real Decreto 770/1999**, de 7 de mayo, por el que se aprueba la Reglamentación técnico-sanitaria para la elaboración, circulación y comercio de detergentes y limpiadores, **artículo 11** relativo al etiquetado, prevé que se mencione el modo de empleo, incluyendo **las instrucciones y dosis para un uso adecuado del producto, en los casos en que su omisión pueda causar una incorrecta utilización de los mismos.**

En el caso de detergentes destinados al uso doméstico para el lavado de ropa en máquinas automáticas, ese mismo artículo establece que se indicarán las cantidades recomendadas y/o las instrucciones de dosificación, expresadas en mililitros o gramos, así como la equivalencia con el dosificador si lo hubiere, adecuadas a una carga normal de lavadora y según varias clases, especificadas, de dureza de agua y uno o dos programas de lavado.

Algo menos de la mitad de los responsables de compra del hogar (47,9) manifiestan que se ajustan siempre a la dosis de producto de limpieza que indican los fabricantes; de entre ellos un 53,2% corresponde a mayores de 65 años, frente al 38,2% de los que tienen entre 25 y 34 años. **Casi dos de cada diez (19,4%) declaran no hacerlo nunca** y algo más de una cuarta parte (28,9%) que lo hacen a veces.

Parece evidente que hace falta informar al consumidor sobre la necesidad de utilizar las dosis justas de los productos de limpieza o los detergentes, así como determinar los motivos por los que no se toman en cuenta las indicaciones contenidas en la etiqueta. Quizás, el convencimiento de que el resultado será más efectivo pueda ser uno de dichos motivos.

Aunque la dosis adecuada puede estar supeditada, en el caso de los detergentes, a factores como la eficiencia de la lavadora, la dureza del agua de la zona o al grado de suciedad que presente la prenda, avanzaremos en usos responsable si los consumidores son conscientes de que el exceso continuo de producto no solo puede producir un deterioro en las prendas y un perjuicio económico en su contra, sino que también se perjudica el medioambiente.



Dígame, por favor, si ha comprado productos de limpieza y bricolaje etiquetados como “de uso exclusivo profesional” para utilizarlos en su hogar y, en caso afirmativo el motivo o los motivos.

Prácticamente siete de cada diez responsables de compra del hogar (69,6%) declaran no comprar nunca productos de limpieza o bricolaje de “uso exclusivo profesional”. En consecuencia, el porcentaje de aquellos que sí compran, por unas u otras razones, este tipo de productos supone el 29,1%, siendo mayoritario los que afirman hacerlo en la creencia de que ofrecerán mejores resultados (14,6%).

Todas las razones de compra que se propusieron como respuesta, basadas en la información y la percepción de CECU en esta materia, no son más que falsos mitos que, lejos de propiciar beneficios al consumidor, lo que pueden es ocasionar algún accidente por intoxicación en el hogar. Algunos productos tienen destinatarios específicos: en unos casos, los usuarios domésticos y, en otros, los usuarios profesionales. Tampoco es desdeñable la cifra de encuestados (7,6%) que desconoce qué tipo de producto compra al no fijarse en ello cuando realiza la compra.

La compra de productos **uso exclusivo profesional** por parte de consumidores domésticos es una cuestión de máximo interés dentro del proyecto **Ojo a la Etiqueta**. Los resultados de la encuesta deben propiciar campañas formativas dirigidas a los consumidores que ahonden en conceptos como ¿qué son los productos reservados exclusivamente a uso profesional? o ¿qué riesgos asume un usuario doméstico al utilizarlos?

El consumidor tiene fácil acceso, no solo a través de internet sino también en las compras presenciales, a ese tipo de productos a través de la cadena de distribución minorista. La falta de formación o de asesoramiento previo de los actores que participan en la puesta en el mercado de estos productos, está **propiciando que se incumpla la prohibición de comercializarlos para venta a usuarios no profesionales y que el consumidor no sea advertido de la peligrosidad de su uso en el ámbito doméstico**. Por ello, no solo las campañas deben diseñarse con el objetivo de la formación del consumidor, también deben incluir la formación de todos los **agentes y eslabones que intervienen en la cadena de distribución**, ya se trate de venta directa o indirecta. Todos estos agentes intermedios aportarán valor y efectividad en el proceso de venta, asesorando adecuadamente a los consumidores sobre el tipo de producto que pretende adquirir. Formación es prevención.

ASPECTOS RELACIONADOS CON LOS ACCIDENTES EN EL USO DE PRODUCTOS QUÍMICOS



¿Sabe usted que en el etiquetado de los productos químicos de limpieza se encuentra el teléfono del Servicio de Información Toxicológica para consultas médicas en caso de accidente por intoxicación?

La encuesta revela que **9 de cada 10** (92,3%) entrevistados declaran saber que en el etiquetado de los productos químicos de limpieza pueden encontrar el teléfono del Servicio de Información Toxicológica (SIT). Un 6,9% lo desconoce, siendo mayor ese desconocimiento entre el tramo de edad de 18 a 34 años (43,2%), seguido del de los mayores de 65 años, que suponen el 12,3%. Futuros trabajos complementarios de investigación deberían ahondar en el grado de conocimiento del consumidor sobre el tipo de ayuda que puede recibir desde el SIT en caso de accidente por intoxicación en el hogar, si lo han utilizado y los motivos de las llamadas, por citar solo algunos aspectos de interés.

Desde los últimos años, CECU viene editando materiales y haciendo campañas de difusión del número de teléfono urgencias toxicológicas del SIT por el convencimiento del alto valor social de dicho Servicio, no solo al evitar un traslado innecesario a un centro sanitario y colaborando por tanto en descolapsar las urgencias hospitalarias, sino principalmente por la calidad del asesoramiento profesional que presta a la ciudadanía facilitándole la respuesta rápida más apropiada en función del tipo de accidente por intoxicación que se haya producido.



En su opinión ¿cree usted que es adecuado provocar el vómito en caso de ingerir accidentalmente detergente, lavavajillas o lejía?

Uno de los espacios informativos contenidos en los materiales de Ojo a la Etiqueta se ocupa de desmitificar falsas creencias y remedios aplicados como respuesta rápida en caso de accidente por intoxicación. Para la encuesta se seleccionó el supuesto de ingesta accidental de detergente, lavavajillas o lejía y se preguntó sobre la idoneidad de provocar el vómito en ese caso. Para el 39,9% no es conveniente, y sí lo ve adecuado el 37,7% de los encuestados. Si a esta última cifra se añade la de las personas que no saben responderla (16,8%) y el porcentaje (5,6%) que considera acertada esa actuación en algunos casos, sitúa en un 60,1% los encuestados que no dispone de información correcta.

En caso de intoxicación por ingestión, provocar el vómito es más peligroso de lo que parece. Puede deprimir el sistema nervioso, o desencadenar convulsiones, y agravar la situación al pasar el contenido digestivo al aparato respiratorio. Los consumidores deberían conocer que está contraindicado cuando el causante del accidente es un producto de limpieza como lavavajillas o detergentes; la mayoría de productos cáusticos, como los desatascadores; cuando se trata de cosméticos, como jabones, gel y champú; derivados de petróleo, pinturas, barnices o productos del automóvil, por citar algunos. Y que, por el contrario, sí puede ser beneficioso provocarlo de manera inmediata, siempre previo consejo médico, tras la ingesta tóxica de jarabes para la tos o la fiebre, bayas de plantas o setas desconocidas.

De nuevo, las campañas educativas dirigidas a los consumidores domésticos aparecen como una solución a estos niveles de desinformación. Siendo el **tramo de edad correspondiente a los mayores de 65 años (42,9%) quienes en mayor medida han respondido erróneamente a la cuestión** se hacen necesarias campañas específicas para ese grupo de población.



¿Qué hace habitualmente con los envases de productos químicos de uso en el hogar?

Formulada la pregunta, algo más de **siete de cada diez** responsables de compras en el hogar (71,2%) **declaran echar al contenedor amarillo** los envases de los productos químicos utilizados en el hogar, un **9,9% los lleva al punto limpio** y otro **9,3% los deposita en el contenedor de restos**. Solo un **8,4%** afirma seguir las **instrucciones de reciclado de la etiqueta** y, de ellos, son los encuestados de 45 a 55 años quienes afirman hacerlo en mayor proporción (14,2%), siendo los mayores de 65 años los que menos atención prestan a las indicaciones del etiquetado en materia de reciclado.

La respuesta correcta a la cuestión planteada pasa por seguir las instrucciones de reciclado que aparezca en el envase del producto en cuestión. Depositar los envases en el contenedor amarillo o en el punto limpio dependerá de las indicaciones y del tipo de producto del que se trate. Por ejemplo, las pinturas o disolventes sí deben ir al Punto Limpio para reciclar adecuadamente sus envases.



Los productos que contengan este pictograma son peligrosos para el medioambiente por provocar efectos nocivos para el medio acuático (peces, crustáceos, algas, otras plantas acuáticas, etc.), incluso a largo plazo. Las sustancias o mezclas peligrosas para el medio acuático que producen efectos agudos o crónicos, pudiendo provocar dichos efectos nocivos tras una corta exposición. Por ello, se aconseja evitar su liberación al medio ambiente y reciclar el envase según las indicaciones que figuren en la etiqueta. A este punto alcanza la importancia de observar la información contenida en el etiquetado o en el envase del producto.

El poco valor a la información que aparece en la etiqueta en relación con las instrucciones de reciclado de los envases de los productos químicos de uso en el hogar debe solventarse con información práctica. Cierto es que en los últimos años han venido sucediéndose campañas de sensibilización relacionadas con el reciclado de los diferentes residuos domésticos, pero también es un hecho cierto que siguen persistiendo grandes dudas entre los consumidores relacionadas con el depósito de ciertos envases. En el caso presente, los que han contenido un producto químico de uso en el hogar. Cubrir esas lagunas formativas, especialmente entre la población mayor de 65 años, será uno de los objetivos de CECU en sus próximos trabajos sobre consumo responsable.

LA COMPRA DE PRODUCTOS QUÍMICOS POR INTERNET



Dígame, por favor, si compra productos químicos por internet y, en caso afirmativo, si procura o tiene en cuenta...

A través de aplicación para móviles y el calendario editado este año en el proyecto de CECU **Ojo a la Etiqueta** se ofrece a los consumidores pautas y formación en sus derechos cuando compran a través de comercio electrónico. No solo se ha incluido información básica relacionada con los derechos de compra de cualquier producto o servicio sino que, fundamentalmente, se pretende formar al consumidor cuando el objeto de la compra son productos químicos. La necesidad de prestar especial atención a la información de la etiqueta; rechazar productos que carezcan de etiquetado, al menos, en castellano; evitar la compra de productos destinados a uso exclusivamente profesional o estar alerta para evitar la compra involuntaria de productos falsificados, han sido algunas de las pautas de consumo responsable contenidas en los materiales informativos.

En relación con la encuesta han sido **mayoritarias las respuestas que afirman no comprar productos químicos a través de internet (98,4%)**, siendo los mayores de 65 años los que menos compras realizan de este tipo de productos (99,4%). En trabajos posteriores de investigación sobre el comportamiento y hábitos de consumo en materia de productos químicos de uso doméstico se podrá profundizar sobre las causas y las razones que no favorecen la compra de esos productos a través de comercio electrónico.

IV. Anexo: Cuestionario

1. ¿Podría decirme si conoce la forma que tienen los pictogramas de peligro que aparecen en las etiquetas de los productos químicos y, en caso afirmativo, decirme cuál es?

- a. Sí, son cuadrados con el fondo naranja y símbolo negro.
- b. Sí, tienen forma de diamante con contorno rojo, fondo blanco y símbolo negro.
- c. Sí, son redondos y rojos con el símbolo blanco.
- d. Sí, son triangulares y amarillos con el símbolo negro.
- e. No, no conozco su forma.
- f. NS/NC.

2. ¿Podría decirme si lee las etiquetas de los productos químicos de uso en el hogar y, en caso afirmativo, en qué momento?

- a. En el establecimiento, antes de comprarlos.
- b. En casa, antes de utilizarlos.
- c. En el establecimiento, antes de comprarlos, y en casa, antes de utilizarlos.
- d. No suelo leerlas.
- e. NS/NC.

3. Al comprar un producto químico que incluye pictogramas de peligro en su etiquetado, ¿cuál de los siguientes es su comportamiento más habitual?:

- a. Compra el producto independientemente de qué pictogramas aparezcan en el etiquetado.
- b. Elige un producto similar sin pictogramas.
- c. Valora el uso seguro según la información de la etiqueta y decide si se puede realizar la compra.
- d. NS/NC.

4. ¿Podría decirme si ha mezclado en alguna ocasión productos de limpieza en su hogar y, en caso afirmativo, cuáles? (MARQUE TODAS LAS NECESARIAS)

- a. Sí, lejía con amoníaco.
- b. Sí, lejía con alcohol.
- c. Sí, lejía con vinagre.
- d. Sí, desatascador con amoníaco.
- e. Sí, vinagre con agua oxigenada.
- f. Sí, otros productos de limpieza.
- g. Nunca.
- h. NS/NC.

5. Cuando usa un producto de limpieza, ¿ajusta la dosis a la recomendada por el fabricante?

- a. Siempre.
- b. Nunca.
- c. A veces.
- d. No sé encontrar esa información en la etiqueta.
- e. NS/NC.

6. Dígame, por favor, si ha comprado productos de limpieza y bricolaje etiquetados como "de uso profesional" para utilizarlos en su hogar y, en caso afirmativo el motivo o los motivos (Entrevistador: Respuesta múltiple)

- a. Sí, porque creo que ofrecen mejores resultados.
- b. Sí, porque puedo usar menos cantidad de producto y ahorrar dinero.



- c. Sí, porque los productos de uso profesional también están destinados a los consumidores.
- d. Sí, porque todos los productos son igual de seguros si tienen el marcado CE en el envase.
- e. Sí, cuando así me lo aconseja el personal del establecimiento donde los he comprado.
- f. No sé si he comprado ese tipo de productos pues no me fijo en eso cuando compro.
- g. No compro nunca productos de uso profesional.
- h. NS/NC.

7. ¿Sabe usted que en el etiquetado de los productos químicos de limpieza se encuentra el teléfono del Servicio de Información Toxicológica para consultas médicas en caso de accidente por intoxicación?

- a. Sí.
- b. No.
- c. Desconozco qué es el Servicio de Información Toxicológica.
- d. NS/NC.

8. En su opinión ¿cree usted que es adecuado provocar el vómito en caso de ingerir accidentalmente detergente, lavavajillas o lejía?

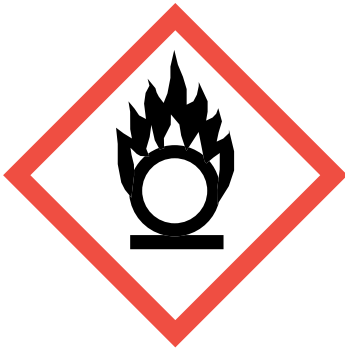
- a. Sí.
- b. No.
- c. A veces.
- d. NS/NC.

9. ¿Qué hace habitualmente con los envases de productos químicos de uso en el hogar?

- a. Los llevo al punto limpio.
- b. Los tiro al contenedor amarillo de envases.
- c. Los tiro al contenedor de restos.
- d. Sigo las instrucciones de reciclado de la etiqueta.
- e. NS/NC.

10. Dígame, por favor, si compra productos químicos por internet y, en caso afirmativo, si procura o tiene en cuenta... (MARQUE TODAS LAS NECESARIAS)

- a. Comprar solo a través de páginas conocidas.
- b. Comprar solo productos que dispongan de etiqueta y de información adicional sobre su uso y advertencias de seguridad.
- c. Las recomendaciones de otros usuarios.
- d. Comprar solo productos que ya he utilizado en otras ocasiones o que me sean conocidos.
- e. Comprar solo productos cuyo etiquetado esté, al menos, en español.
- f. Nunca compro estos productos a través de internet.
- g. NS/NC.



comburente



explosivo



corrosivo



gas a presión



perjudicial para
el medioambiente



inflamable



toxicidad
aguda



peligro grave
para la salud



peligro para
la salud



2018

Descárgate nuestra APP



Más información:

www.cecuc.es/ojo-a-la-etiqueta



www.cecuc.es

C/Mayor nº 45, 2º, 28013. Madrid

El proyecto ha sido subvencionado por el Ministerio de Sanidad, Consumo y Bienestar Social / Agencia Española de Consumo, Seguridad Alimentaria y Nutrición, siendo su contenido responsabilidad exclusiva de CECU.