

Els hàbits de consum de Catalunya

Informe de resultats

Desembre de 2022

GESOP



Generalitat de Catalunya
Agència Catalana del Consum



Índex

00. Presentació i fitxa tècnica _____	3
01. Característiques de la població entrevistada _____	6
02. Actituds i preferències envers el consum _____	10
03. Coneixement dels drets de les persones consumidores _____	16
04. Problemàtiques envers el consum _____	23
05. Coneixement i relació envers l'Agència Catalana del Consum _____	30
06. Conclusions _____	37



00

PRESENTACIÓ I FITXA TÈCNICA

Presentació

A les següents pàgines es presenta l'informe de resultats de l'**Enquesta sobre els hàbits de consum a Catalunya**, que ha portat a terme GESOP per encàrrec de l'Agència Catalana del Consum **amb l'objectiu conèixer quines són les inquietuds dels ciutadans en aquesta matèria.**

Concretament, l'estudi es proposa conèixer:

- Les actituds i preferències dels ciutadans envers el consum.
- El grau de coneixement dels ciutadans en relació als seus drets en matèria de consum.
- Les principals problemàtiques envers el consum.
- El grau de coneixement i relació envers l'Agència Catalana del Consum.

L'informe s'ha estructurat en sis apartats, seguint els objectius de l'estudi, amb un primer capítol dedicat a les característiques sociodemogràfiques i econòmiques de les persones entrevistades i un darrer capítol amb les principals conclusions de l'estudi.

Fitxa tècnica

Tècnica d'investigació:

Entrevistes telefòniques assistides per ordinador.

Àmbit d'estudi:

Catalunya

Població objectiu:

Persones de 16 i més anys residents a Catalunya

Nombre d'entrevistes:

1.000 entrevistes

Tipus de mostreig:

Estratificat per província i per dimensió de municipi. Selecció aleatòria de les persones a entrevistar a partir de quotes creuades de sexe i edat.

Marge d'error:

Sota el supòsit de m.a.s. en universos infinits, màxima indeterminació estadística ($p=q=0,5$) i un nivell de confiança del 95%, el marge d'error és de $\pm 3,1\%$.

Treball de camp:

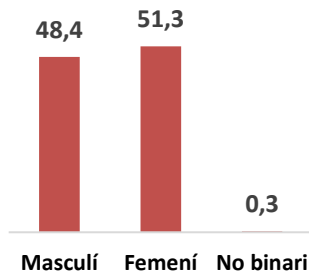
Del 14 al 25 de novembre de 2022.



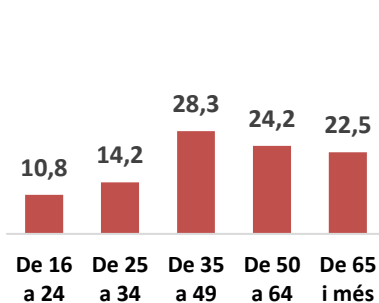
01

CARACTERÍSTIQUES DE LA POBLACIÓ ENTREVISTADA

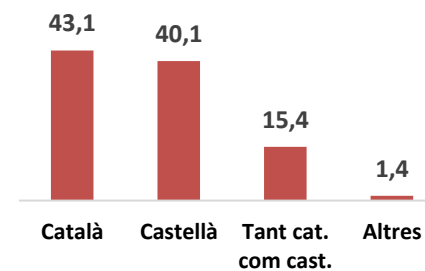
GÈNERE



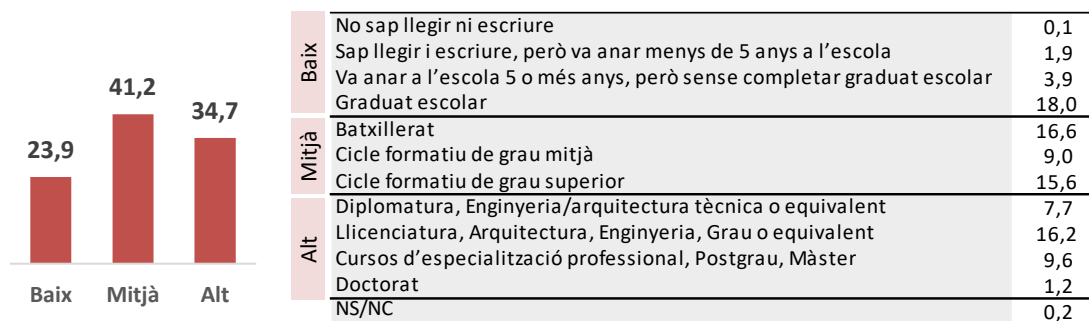
EDAT



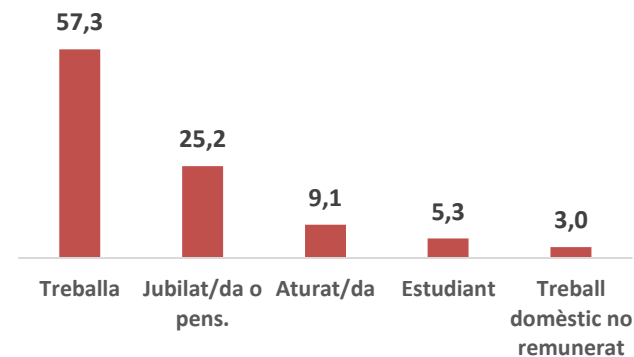
LLENGUA HABITUAL



NIVELL D'ESTUDIS *

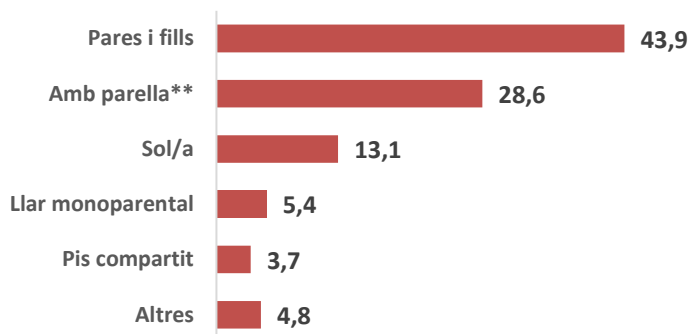


SITUACIÓ LABORAL *

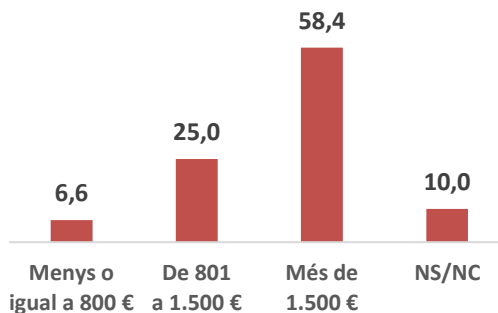


* Un 0,2% no respon el seu nivell d'estudis i el 0,1% la seva situació laboral.

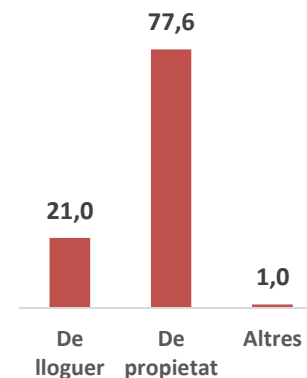
COMPOSICIÓ DE LA LLAR*



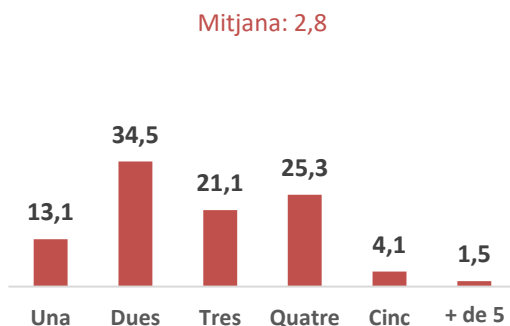
INGRESSOS MENSUALS NETS A LA LLAR



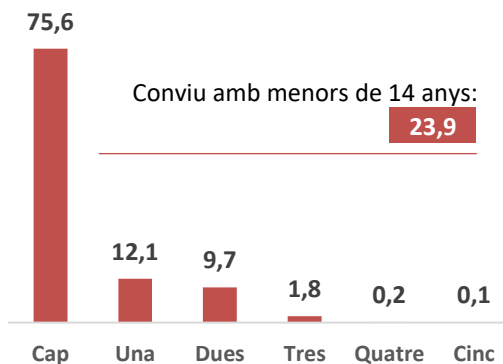
RÈGIM DE TINEÇA DE L'HABITATGE*



NOMBRE DE PERSONES A LA LLAR*

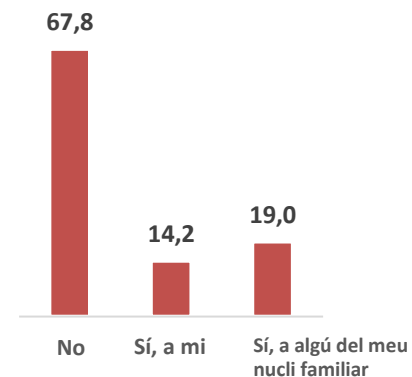


NOMBRE DE PERSONES MENORS DE 14 ANYS A LA LLAR*



MALALTIA CRÒNICA, DEFICIÈNCIA O DISCAPACITAT*

Li han diagnosticat a vostè o a algú del seu nucli familiar alguna malaltia crònica greu, deficiència o discapacitat?
 –Resposta múltiple. Espontània–

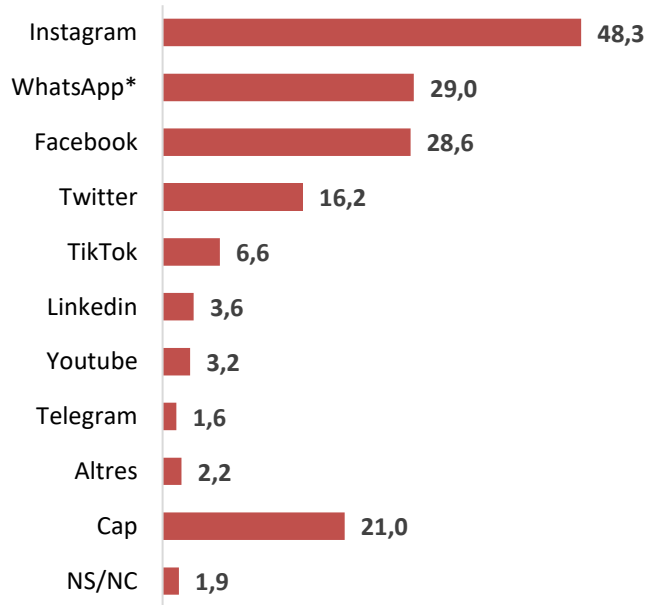


* Un 0,5% no respon la pregunta de com es compon la seva llar, un 0,4% no contesta el règim de tinença de l'habitatge, un 0,4% el nombre de persones a la llar, el 0,5% el nombre de menors de 14 anys a la llar i l'1,6% si té o conviu amb algú que tingui alguna malaltia crònica greu, deficiència o discapacitat. ** Sense fills o amb els fills independitzats.

ÚS DE XARXES SOCIALS

Quines xarxes socials utilitza de forma habitual? –Resposta múltiple. Espontània–

El 77,1% diu utilitzar alguna xarxa social, Instagram és la més utilitzada entre els 16 i els 50 anys, el grup d'edat de 50 a 64 utilitza lleugerament més Facebook, que està pràcticament desapareguda entre els més joves.



	TOTAL (n=1000)	GÈNERE		EDAT				
		Masc. (n=484)	Fem. (n=513)	16-24 (n=108)	25-34 (n=142)	35-49 (n=283)	50-64 (n=242)	65 i més (n=225)
Instagram	48,3	43,0	53,0	87,0	81,7	58,7	33,5	11,6
WhatsApp*	29,0	28,5	29,4	43,5	26,8	21,9	32,6	28,4
Facebook	28,6	26,0	31,0	2,8	26,8	36,0	36,0	24,9
Twitter	16,2	19,6	12,7	32,4	20,4	18,7	14,0	4,9
TikTok	6,6	4,3	8,4	31,5	8,5	3,9	3,3	0,4
Linkedin	3,6	5,0	2,3	4,6	4,9	6,0	2,1	0,9
Youtube	3,2	4,3	2,1	9,3	3,5	1,8	2,9	2,2
Telegram	1,6	1,7	1,6		1,4	1,8	3,3	0,4
Altres	2,2	2,5	1,9	4,6	4,2	2,1	1,7	0,4
Cap	21,0	21,9	20,3	1,9	4,2	14,5	22,3	47,6
NS/NC	1,9	1,4	2,3		0,7	0,7	1,2	5,8

* Un 29,0% ha citat WhatsApp com a xarxa social que fa servir, tot i que això no vol dir que aquest sigui el seu nivell de penetració en la població, ja hi poden haver persones que la fan servir però no l'han citat per no considerar-la una xarxa social.



02

ACTITUDS I PREFERÈNCIES ENVERS EL CONSUM

EL PREU ÉS L'ASPECTE AL QUE ELS I LES CONSUMIDORS/ES DONEN MÉS IMPORTÀNCIA. VUIT DE CADA DEU DONEN MOLTA O FORÇA IMPORTÀNCIA QUE SIGUI UN PRODUCTE DE PROXIMITAT

Preferències envers el consum

A l'hora de comprar un producte, en una escala de 0 a 10, on 0 significa gens important i 10 molt important, quina importància tenen els següents aspectes?

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 NS/NC

Al voltant de set de cada deu consumidors/es consideren que l'**idioma de l'etiqueta** i els **descomptes** són força o molt importants a l'hora de comprar un producte, i al voltant de dos terços valoren el **compromís social del productor** i que sigui un producte **ecològic**.



LES PERSONES MAJORS DE 50 ANYS I AQUELLES AMB MENOR NIVELL D'INGRESSOS A LA LLAR SÓN LES QUE MÉS DIUEN QUE ELS DIFERENTS ASPECTES SUGGERITS SÓN MOLT IMPORTANTS

Preferències envers el consum

A l'hora de comprar un producte, en una escala de 0 a 10, on 0 significa gens important i 10 molt important, quina importància tenen els següents aspectes?

% de persones que valoren cada aspecte amb un 10 (molt important)

	TOTAL (n=1000)	GÈNERE		EDAT					INGRESSOS MENS. NETS / LLAR		
		Masc. (n=484)	Fem. (n=513)	16-24 (n=108)	25-34 (n=142)	35-49 (n=283)	50-64 (n=242)	65 i més (n=225)	Fins a 800€ (n=66)	De 801€ a 1500€ (n=250)	Més de 1500€ (n=584)
EL PREU	41,0	38,8	43,1	35,2	36,6	41,0	45,0	42,2	59,1	51,6	33,9
QUE SIGUI DE PROXIMITAT	32,4	29,3	35,5	10,2	22,5	26,5	44,2	44,0	43,9	35,2	29,6
QUE ESTIGUI ETIQUETAT EN EL SEU IDIOMA HABITUAL	37,3	35,3	39,0	13,9	24,6	30,7	48,3	52,9	53,0	42,4	31,7
QUE TINGUI UN DESCOMPTE	28,8	25,2	32,2	21,3	16,2	30,4	38,8	27,6	47,0	41,6	20,5
COMPROMÍS SOCIAL DEL PRODUCTOR	24,1	22,3	25,7	12,0	14,8	20,1	35,1	28,9	39,4	28,8	19,5
QUE SIGUI ECOLÒGIC	23,7	20,0	27,3	8,3	12,0	19,8	33,5	32,9	36,4	32,4	17,8

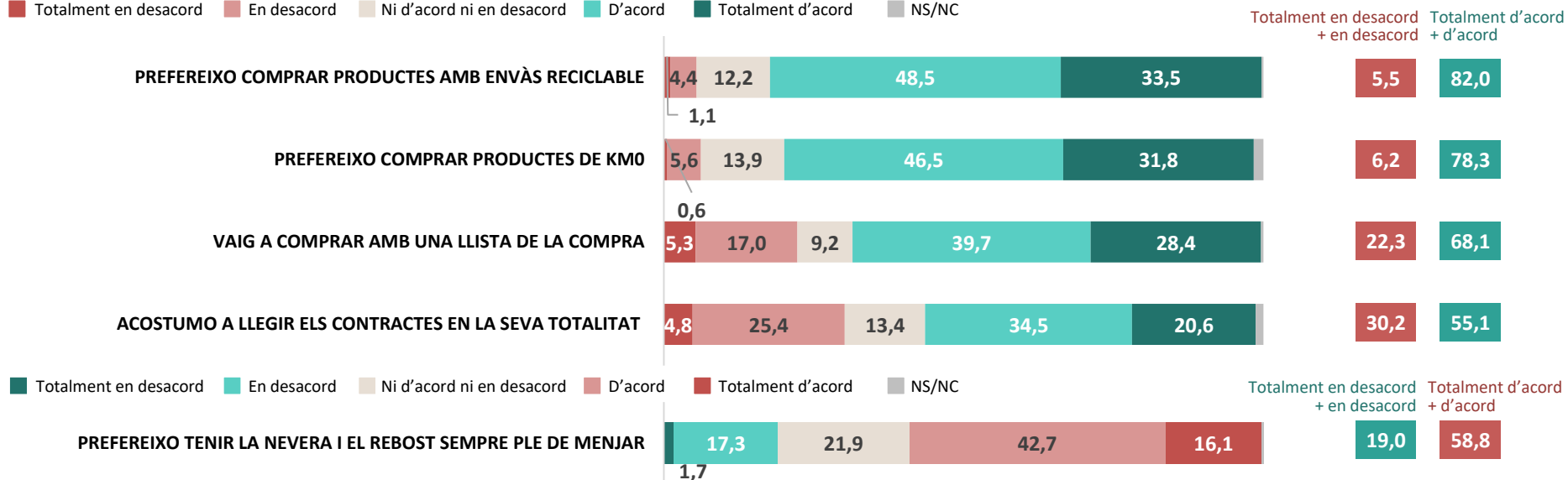
LA MAJORIA MOSTRA UNA ACTITUD RESPONSABLE ENVERS EL CONSUM

SEGONS EL GRAU D'ACORD MOSTRAT AMB LES DIFERENTS FRASES SUGGERIDES

Consumidor responsable

Indiqui quant d'acord està amb les següents afirmacions:

■ Totalment en desacord ■ En desacord ■ Ni d'acord ni en desacord ■ D'acord ■ Totalment d'acord ■ NS/NC



El **4,5%** se situa en una posició de consumidor responsable en els cinc ítems suggerits.

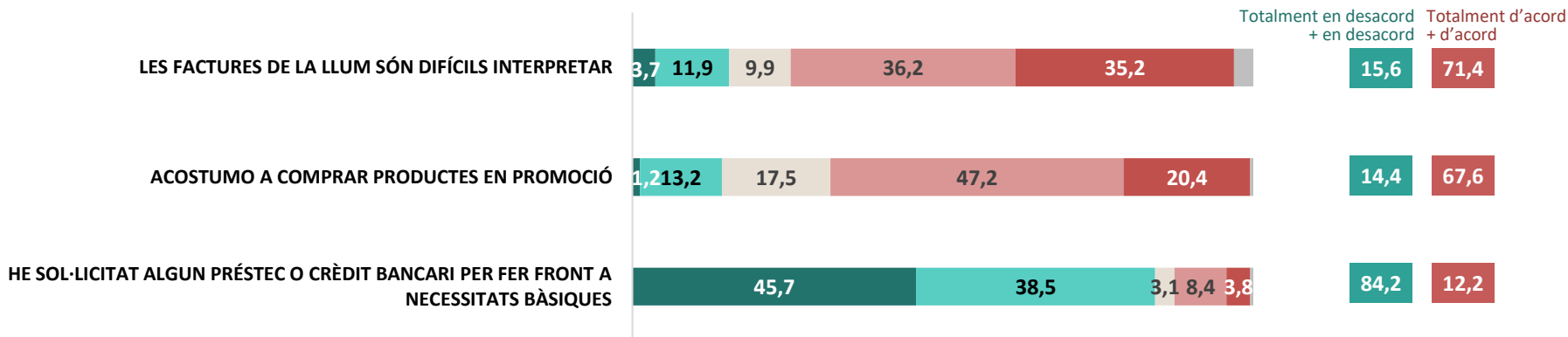
	TOTAL (n=1000)	GÈNERE		EDAT					INGRESSOS MENS. NETS / LLAR		
		Masc. (n=484)	Fem. (n=513)	16-24 (n=108)	25-34 (n=142)	35-49 (n=283)	50-64 (n=242)	65 i més (n=225)	Fins a 800€ (n=66)	De 801€ a 1500€ (n=250)	Més de 1500€ (n=584)
Totalment d'acord + d'acord											
PREFEREIXO COMPRAR PRODUCTES AMB ENVÀS RECICLABLE	82,0	77,9	86,0	67,6	73,2	83,4	86,8	87,5	81,9	83,6	80,6
PREFEREIXO COMPRAR PRODUCTES DE KMO	78,3	76,6	80,3	69,4	74,0	77,3	82,3	82,2	69,7	79,2	79,4
VAIG A COMPRAR AMB UNA LLISTA DE LA COMPRA	68,1	64,1	71,9	58,3	76,8	70,0	68,6	64,5	63,6	70,4	68,8
ACOSTUMO A LLEGIR ELS CONTRACTES EN LA SEVA TOTALITAT	55,1	48,6	61,2	67,6	58,4	52,0	54,6	51,5	62,1	60,4	51,7
Totalment en desacord + en desacord											
PREFEREIXO TENIR LA NEVERA I EL REBOST SEMPRE PLE DE MENJAR	19,0	19,0	19,1	13,0	13,4	20,8	17,4	24,9	21,2	22,0	17,4

AL VOLTANT DEL 70% CONSIDERA QUE LES FACTURES DE LA LLUM SÓN DIFÍCILS D'INTERPRETAR. UNA PROPORCIÓ SIMILAR ACOSTUMA A COMPRAR PRODUCTES EN PROMOCIÓ. UN 12,2% TÉ DEUTES PER PODER FER FRONT A LES DESPESES BÀSIQUES

Consumidor vulnerable

Indiqui quant d'acord està amb les següents afirmacions:

■ Totalment en desacord ■ En desacord ■ Ni d'acord ni en desacord ■ D'acord ■ Totalment d'acord ■ NS/NC



Un **6,6 %** està d'acord o totalment d'acord amb totes les afirmacions suggerides.

	TOTAL (n=1000)	GÈNERE		EDAT					INGRESSOS MENS. NETS / LLAR		
		Masc. (n=484)	Fem. (n=513)	16-24 (n=108)	25-34 (n=142)	35-49 (n=283)	50-64 (n=242)	65 i més (n=225)	Fins a 800€ (n=66)	De 801€ a 1500€ (n=250)	Més de 1500€ (n=584)
Totalment d'acord + d'acord											
LES FACTURES DE LA LLUM SÓN DÍFICIL D'INTERPRETAR	71,4	72,7	70,6	44,4	60,6	76,3	75,6	80,4	71,2	70,4	72,0
ACOSTUMO A COMPRAR PRODUCTES EN PROMOCIÓ	67,6	64,3	70,7	80,5	68,3	72,1	64,1	59,1	68,2	70,8	66,6
HE SOL-LICITAT ALGUN PRÉSTEC O CRÈDIT BANCARI PER FER FRONT A NECESSITATS BÀSIQUES	12,2	12,6	11,9	7,5	6,3	15,5	16,1	9,7	19,7	16,0	9,9

UN 43,9% CONEIX ALGÚ EN SITUACIÓ DE VULNERABILITAT, ÉS A DIR, QUE HA HAGUT DE DEMANAR ALGUNA DE LES AJUDES SUGGERIDES

Consumidor vulnerable

Coneix a algú que en els darrers 6 mesos hagi hagut de demanar...

■ Sí ■ No

Un 32,8% de la població entrevistada coneix algú que en els darrers sis mesos ha hagut de demanar ajut **al banc d'aliments o a serveis socials**, un 26,0% que ha hagut de demanar el **bo social d'electricitat**, un 15,1% les **bonificacions del cànon d'aigua** i un 12,4% el **bo social tèrmic**.

En conjunt, un 43,9% de la població coneix algú que en els darrers sis mesos ha hagut de demanar alguna de les quatre ajudes suggerides.

AJUT AL BANC D'ALIMENTS O A SERVEIS SOCIALS

32,8

67,2

BO SOCIAL DE LLUM

26,0

74,0

BONIFICACIONS DE CÀNON D'AIGUA

15,1

84,9

BO SOCIAL TÈRMIC

12,4

87,6

VARIABLE RESUM

43,9%
CONEIX ALGÚ EN
SITUACIÓ DE
VULNERABILITAT



56,1%
NO CONEIX NINGÚ EN
SITUACIÓ DE
VULNERABILITAT

	TOTAL (n=1000)	INGRESSOS MENS. NETS / LLAR		
		Fins a 800€ (n=66)	De 801€ a 1500€ (n=250)	Més de 1500€ (n=584)
Coneix algú en alguna d'aquestes situacions	43,9	62,1	49,2	39,9
No coneix ningú en cap d'aquestes situacions	56,1	37,9	50,8	60,1



03

CONEIXEMENT DELS DRETS DE LES PERSONES CONSUMIDORES

NOMÉS UN 30% SAP QUE NO TÉ DRET A QUE LI SIGUIN RETORNATS ELS DINERS DE QUALSEVOL COMPRA PRESENCIAL

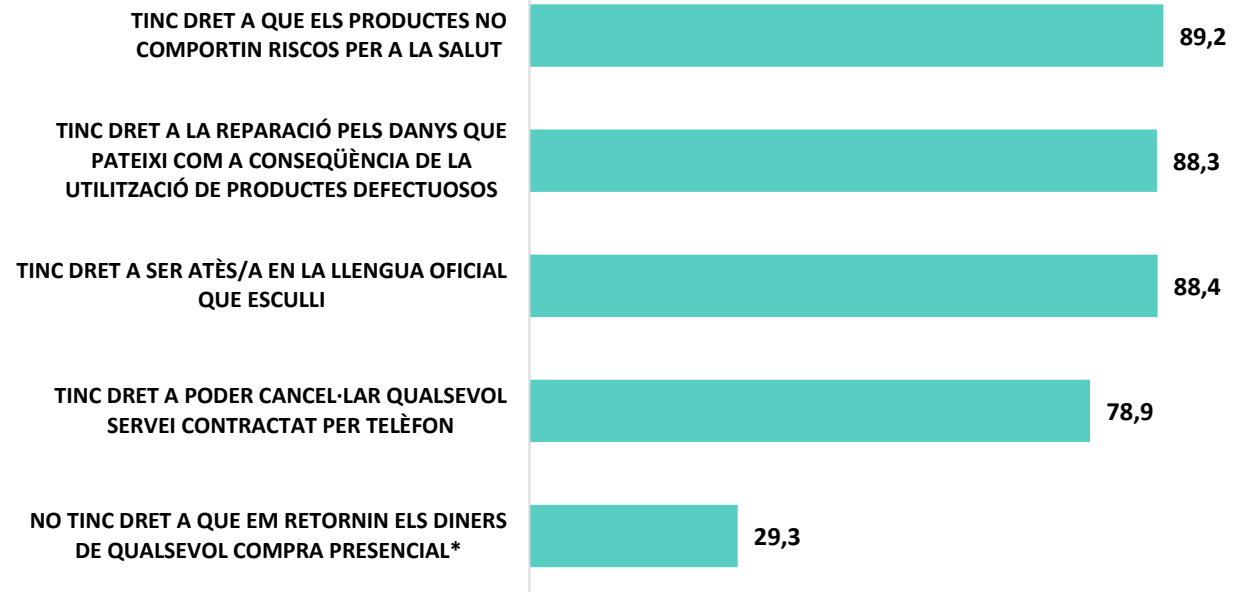
Coneixements dels drets de les persones consumidores

De les següents afirmacions, quines diria que són verdaderes i quina falsa*

■ Correcte

Prop del 90% de les persones entrevistades respon correctament que són certes les afirmacions sobre el **dret a la protecció de la salut**, la **reparació de danys** i els **drets lingüístics**. I fins a prop del 80% també respon correctament que té dret a poder cancel·lar qualsevol servei contractat per telèfon.

Ara bé, només un 29,3% respon correctament que no té dret a que li siguin retornats els diners de qualsevol compra presencial.



* Aquest ítem es va preguntar formulat en positiu i deia "Tinc dret a que em retornin els diners de qualsevol compra presencial". Un 29,3% responia correctament que l'afirmació era falsa.

MÉS DE LA MEITAT SAP DIR ALGUN ORGANISME QUE VETLLI PER LES PERSONES CONSUMIDORES I, D'AQUESTS, L'OCU ÉS EL MÉS CITAT AMB DIFERÈNCIA. UN 43,5% NO EN SAP MENCIONAR CAP

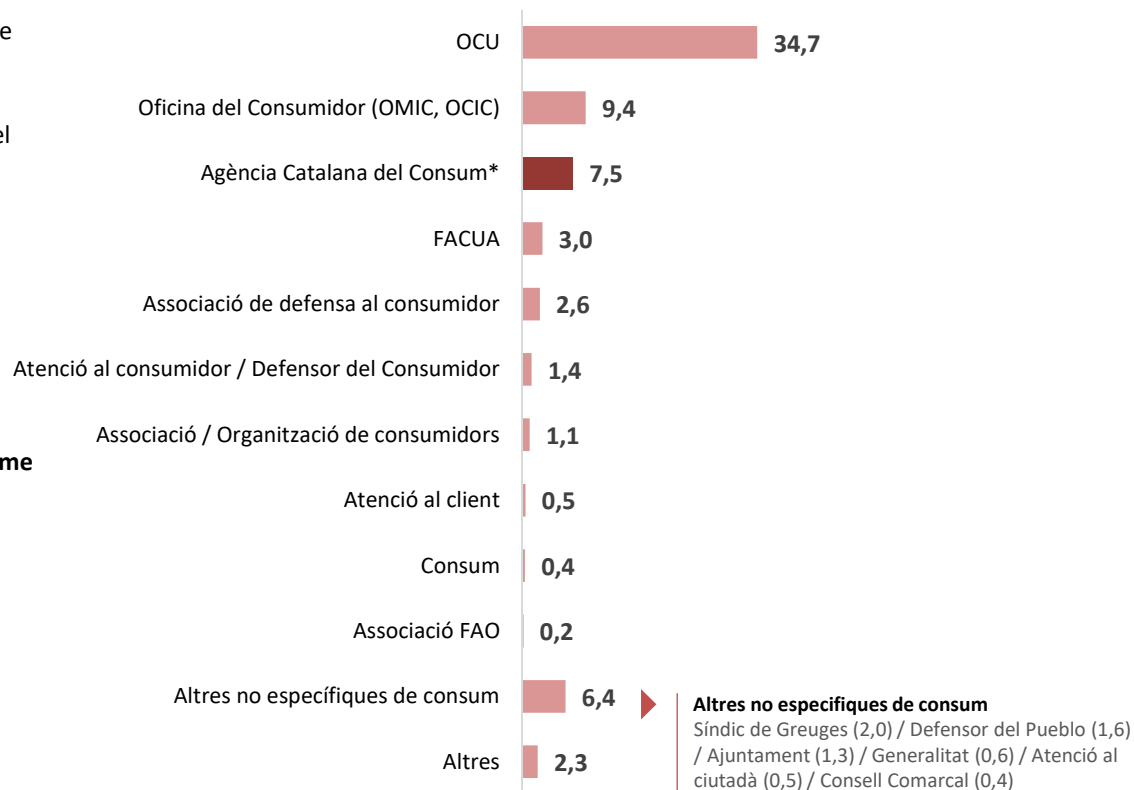
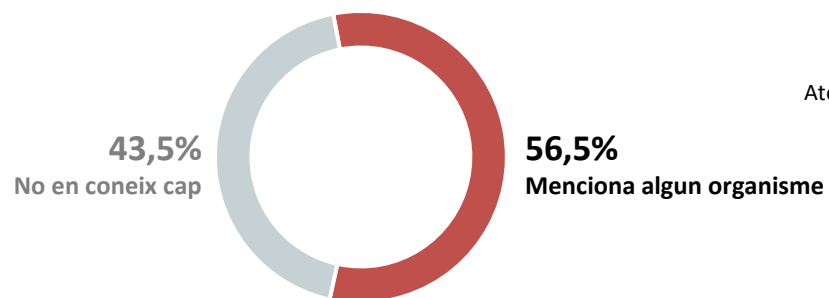
Notorietat espontània dels organismes que vetllen per les persones consumidores

Coneix algun organisme o entitat que vetlli pels drets de les persones consumidores? Quin coneix? –Espontània. Resposta múltiple–

■ Sí ■ No

Un 56,5% de les persones entrevistades sap dir algun organisme o entitat que vetlli pels drets de les persones consumidores, mentre que un 43,5% no en sap dir cap.

L'OCU és, amb diferència, l'organisme més conegut, seguit de les oficines municipals i comarcals del consumidor i l'Agència Catalana del Consum. Per darrera es mencionen altres organismes com FACUA, l'Associació de defensa del consumidor, entre altres menys citades.



* S'inclou un 1,3% de les mencions que parlen de l'Agència de consum / del consumidor.

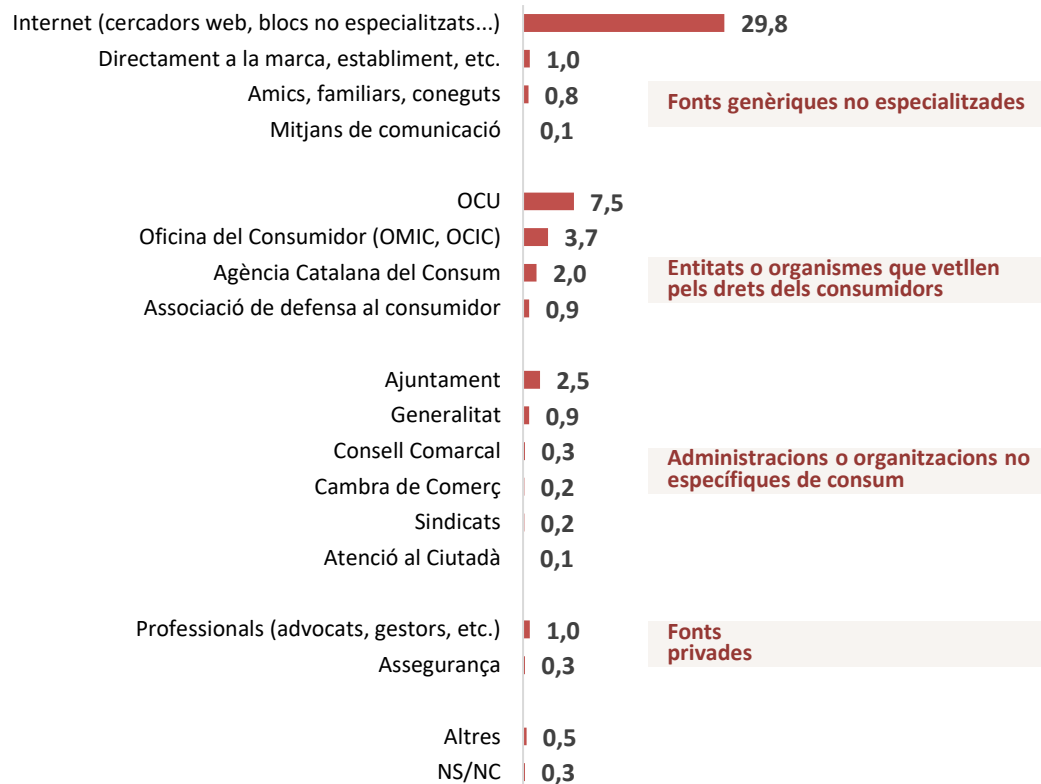
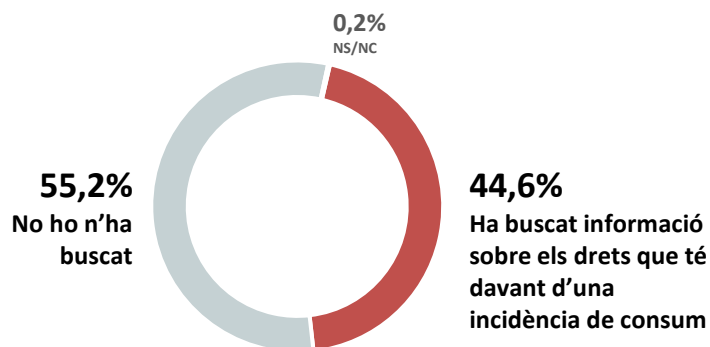
UN 44,6% HA BUSCAT INFORMACIÓ SOBRE EL SEUS DRETS COM A CONSUMIDOR/A, PRINCIPALMENT A TRAVÉS DE CERCADORS GENERALS D'INTERNET

Cerca d'informació sobre consum

En alguna ocasió ha buscat informació sobre els drets que té davant d'una incidència de consum? On l'ha buscat? –Espontània. Resposta múltiple–

■ Sí ■ No ■ NS/NC

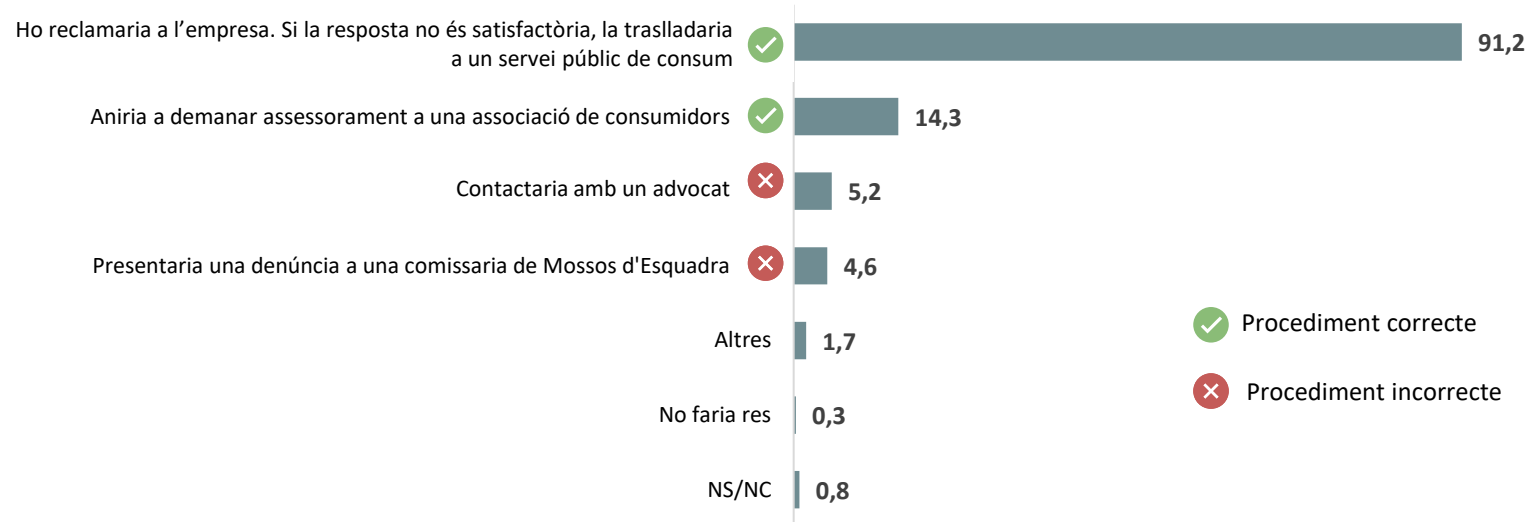
Un 44,6% de les persones entrevistades ha buscat en alguna ocasió informació sobre els seus drets com a consumidor davant d'una incidència de consum. La majoria de les cerques sobre drets en l'àmbit del consum es fan a internet a través de cercadors genèrics o blocs no especialitzats. Un 14,1% es fan a entitats o organismes que vetllen pels drets dels consumidors, i en aquest sentit es menciona la OCU, les Oficines Comarcals i Municipals del Consumidor, l'Agència Catalana del Consum i l'Associació de Defensa del consumidor, per aquest ordre.



LA GRAN MAJORIA SEGUIRIA UN PROCEDIMENT CORRECTE DAVANT D'UNA INCIDÈNCIA DE CONSUM

Procediment seguit davant d'una possible incidència de consum

En cas de trobar-se amb una incidència de consum com per exemple rebre una factura telefònica incorrecta, què faria? –Resposta múltiple–



Un **8,9 %** no menciona cap dels dos procediments correctes.

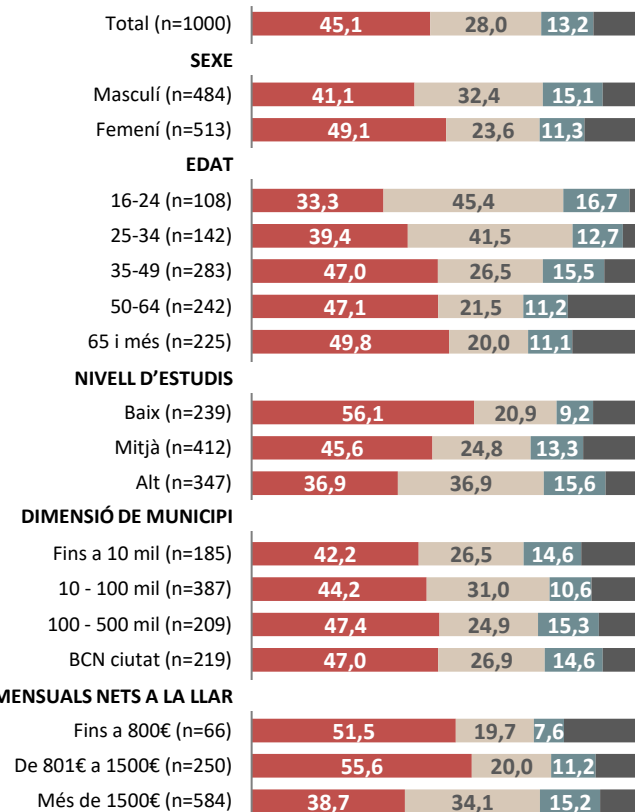
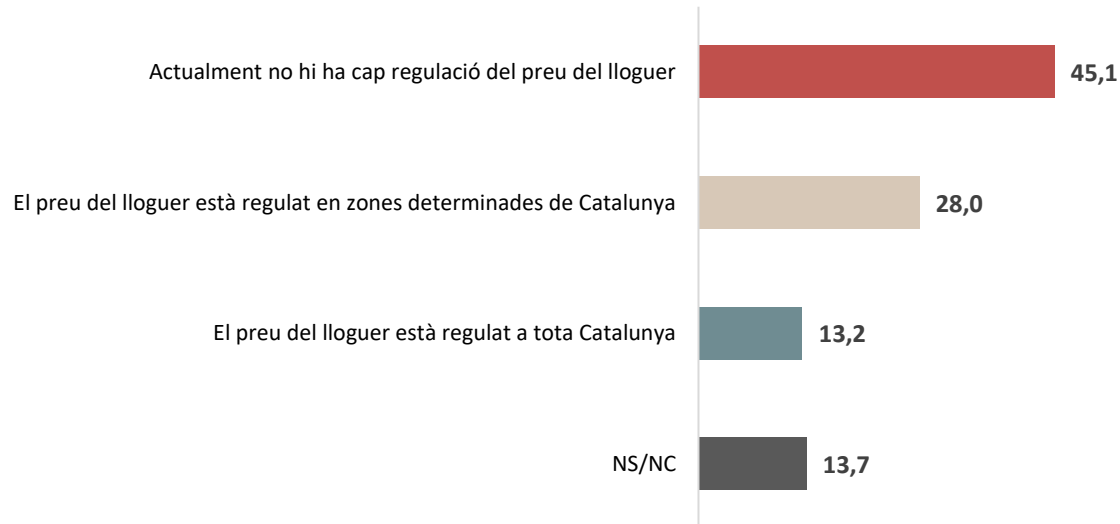
EL 45,1% CREU QUE ACTUALMENT NO HI HA CAP REGULACIÓ DEL PREU DEL LLOGUER, I UN 28% QUE EL PREU DE L'HABITATGE DE LLOGUER ESTÀ REGULAT A ALGUNES ZONES DE CATALUNYA

Coneixement sobre la regulació del preu de l'habitatge de lloguer

De les següents, quina afirmació és certa sobre el preu de l'habitatge de lloguer a Catalunya?

En relació al coneixement sobre la regulació del preu de l'habitatge de lloguer, un 45,1% de la població entrevistada creu que actualment no hi ha cap regulació, el 28,0% que està regulat en determinades zones de Catalunya i el 13,2% que està regulat a tota Catalunya. Un 13,7% no es posiciona al respecte.

A mesura que avança l'edat de les persones entrevistades, les de menor nivell formatiu i aquelles amb uns ingressos mensuals a la llar inferiors als 1.500 € incrementen els que creuen que no hi ha cap regulació del preu del lloguer.



UN 79% SAP QUE LES PERSONES EN SITUACIÓ DE VULNERABILITAT ECONÒMICA PODRIEN TENIR DRET A UN LLOGUER SOCIAL A CATALUNYA

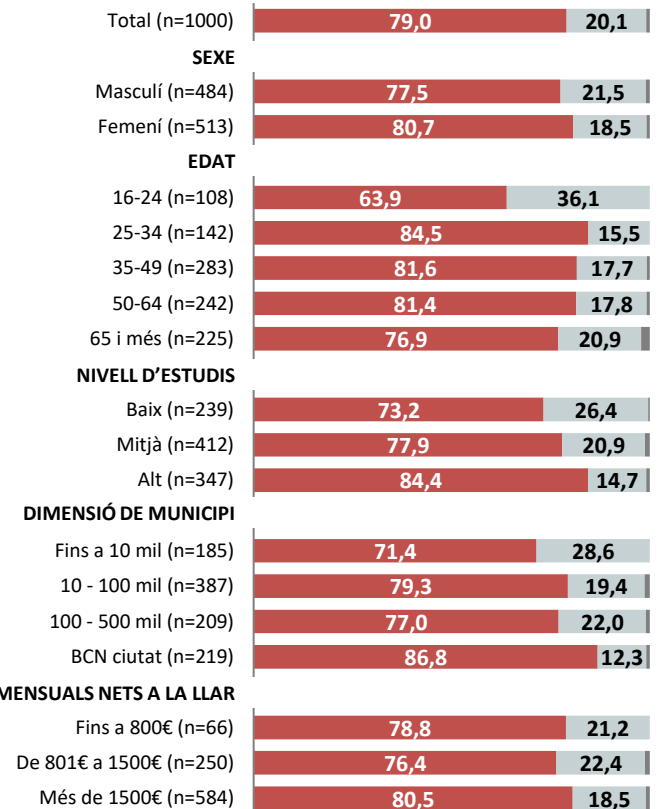
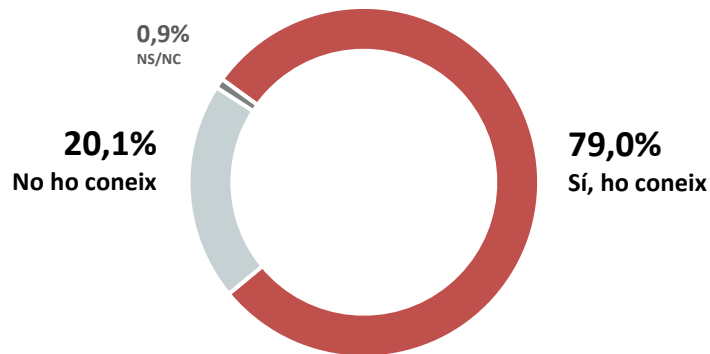
Coneixement del dret a un lloguer social a Catalunya

Sabia que les persones en situació de vulnerabilitat econòmica podrien tenir dret a un lloguer social a Catalunya?

■ Sí ■ No ■ NC

Un 79% de la població diu tenir coneixement del dret a un lloguer social a Catalunya, per un 20,1% que ho desconeix.

Entre les persones més joves fins a un 36,1% desconeix l'opció d'un lloguer social a Catalunya per les persones en situació de vulnerabilitat econòmica. Per contra, tendeixen a tenir-ne un major coneixement que el conjunt de la població les persones entre 25 i 34 anys, aquelles amb formació universitària i les residents a Barcelona ciutat, entre les quals al voltant d'un 85% ho coneix.





04

PROBLEMÀTIQUES ENVERS EL CONSUM

PROP DEL 30% DE LA POBLACIÓ SE SENT DESPROTEGIDA DAVANT DE POSSIBLES INCIDÈNCIES EN EL CONSUM

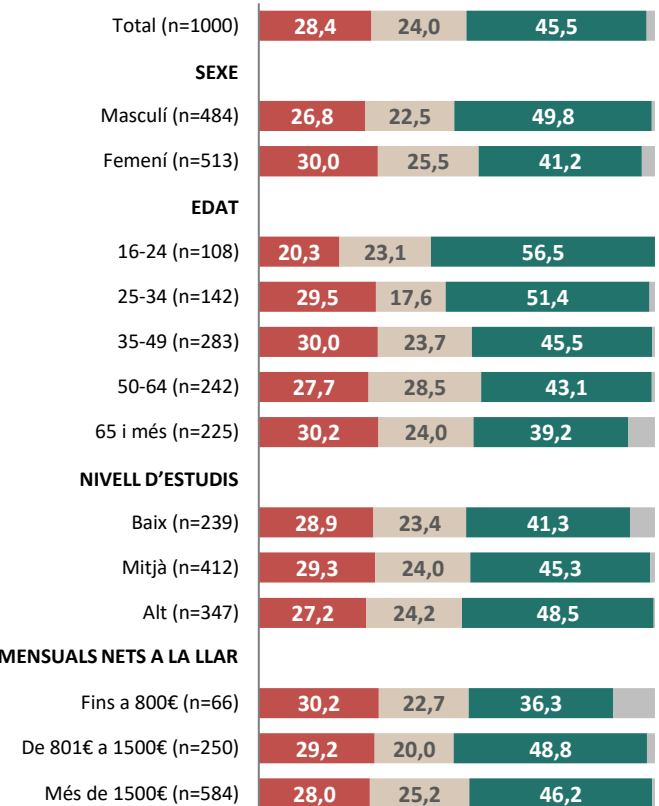
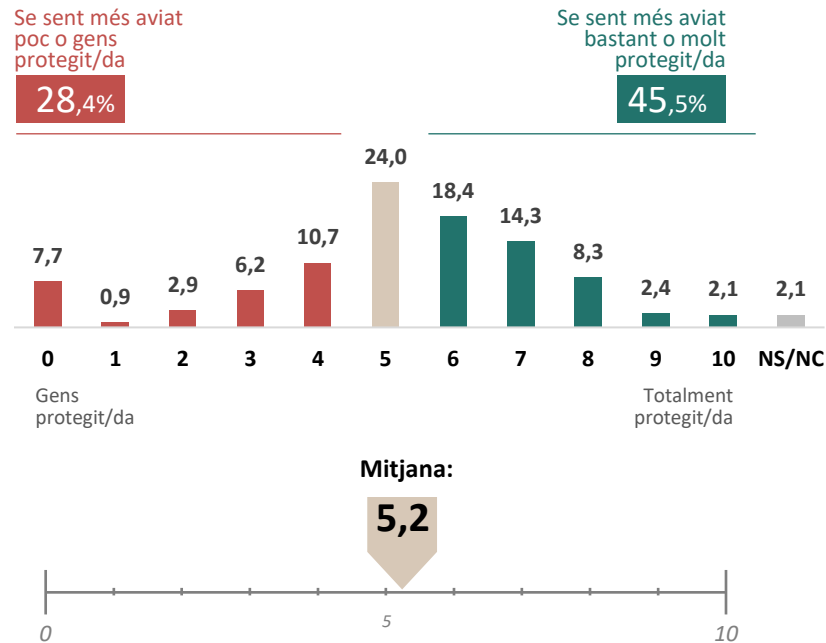
Sensació de protecció davant de possibles incidències en el consum

En una escala de 0 al 10, on 0 és gens i 10 totalment, fins a quin punt se sent protegit/da davant de possibles incidències que pugui tenir a l'hora de comprar un producte o contractar un servei?

Un 28,4% de la població se sent més aviat poc o gens protegida davant de possibles incidències a l'hora de comprar un producte o contractar un servei, i fins a un 7,7% se sent totalment desprotegit/da.

Per altra banda, un 45,5% diu sentir-se protegit/da en major o menor grau. Un 24,0% se situa en una posició intermèdia. De fet, en una escala de 0 a 10, la sensació de protecció es valora amb una nota mitjana de 5,2.

Incrementa el percentatge de persones que se senten totalment desprotegides entre les persones de més edat (10,7%), menor nivell formatiu (13,4%) i menor nivell de renda (13,6%).



ENTRE LES TRES PRINCIPALS PROBLEMÀTIQUES EN RELACIÓ AL CONSUM SOBRESURT LA PUBLICITAT ENGANYOSA, ELS AUGMENTS INJUSTIFICATS DE PREU I L'ATENCIÓ POSTVENDA

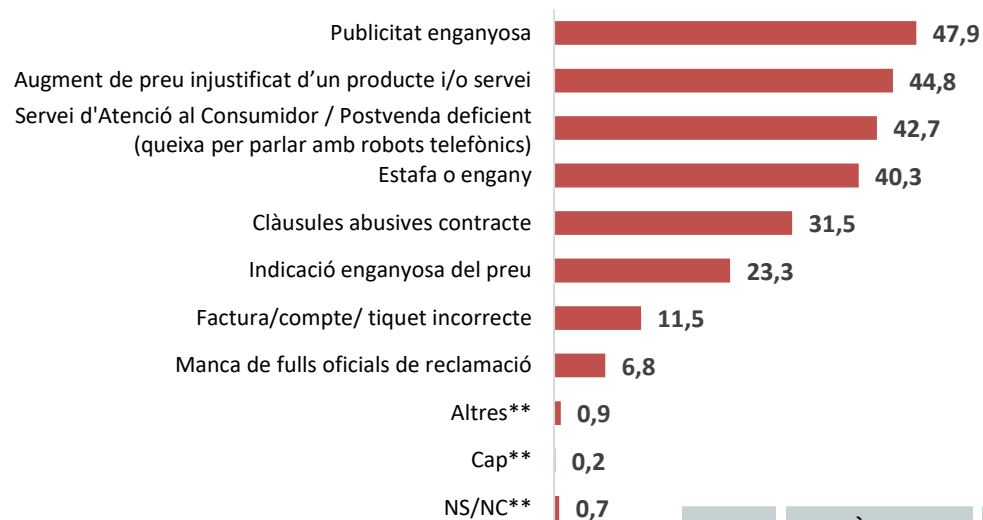
Qüestions que més preocupen a les persones consumidores

De les següents, quines són les principals problemàtiques que més li preocupen com a consumidor/a? –Resposta múltiple*–

Pràcticament la totalitat de la població mostra preocupació per alguna de les qüestions suggerides sobre el consum.

Concretament, per a la meitat de la població entre les seves tres primeres problemàtiques es troba la **publicitat enganyosa**. Entre un 40 i un 45% de la població menciona entre les principals preocupacions el possible **augment de preu injustificat**, un **servei d'atenció al client o de postvenda deficient** i ser **estafat o enganyat** a l'hora de comprar un producte o contractar un servei.

Prop d'un terç menciona les **clàusules abusives de contracte** entre les seves tres principals preocupacions en relació al consum, més que els que mostren preocupació per patir les conseqüències d'una **indicació enganyosa del preu** (23,3%), d'una **factura, compte o tiquet incorrectes** (11,5%) i la manca de **fulls de reclamació**, citat només per un 6,8% de la població.



	TOTAL (n=1000)	GÈNERE		EDAT			
		Masc. (n=484)	Fem. (n=513)	16-24 (n=108)	25-34 (n=142)	35-49 (n=283)	50-64 (n=242)
Publicitat enganyosa	47,9	47,9	48,1	39,8	43,0	45,9	53,3
Augment de preu injustificat d'un producte i/o servei	44,8	40,5	49,1	49,1	52,8	47,0	42,6
Servei d'Atenció al Consumidor / Postvenda deficient	42,7	45,7	40,0	31,5	44,4	51,6	40,5
Estafa o engany	40,3	43,0	37,4	49,1	45,1	40,3	40,9
Clàusules abusives contracte	31,5	32,4	30,4	32,4	38,7	37,5	29,8
Indicació enganyosa del preu	23,3	22,1	24,4	26,9	25,4	19,8	21,9
Factura/compte/ tiquet incorrecte	11,5	9,1	13,6	15,7	12,0	10,2	11,2
Manca de fulls oficials de reclamació	6,8	6,0	7,6	2,8	5,6	6,4	9,5
Altres**	0,9	1,2	0,6	0,9		0,7	1,2
Cap**	0,2	0,2	0,2				0,4
NS/NC**	0,7	0,2	1,2				0,4

* Es podien escollir un màxim de tres respostes, i la mitjana ha estat de 2,5 respostes per entrevistat/da. **Mencions espontànies.

SIS DE CADA DEU CONSIDEREN QUE HAN PATIT UN AUGMENT INJUSTIFICAT DEL PREU O UN CAS DE PUBLICITAT ENGANYOSA. LA MEITAT, UNA FACTURA O TIQUET INCORRECTE, UN SERVEI D'ATENCIÓ DEFICIENT O UNA INDICACIÓ ENGANYOSA DEL PREU*

Problemàtiques que han patit les persones consumidores

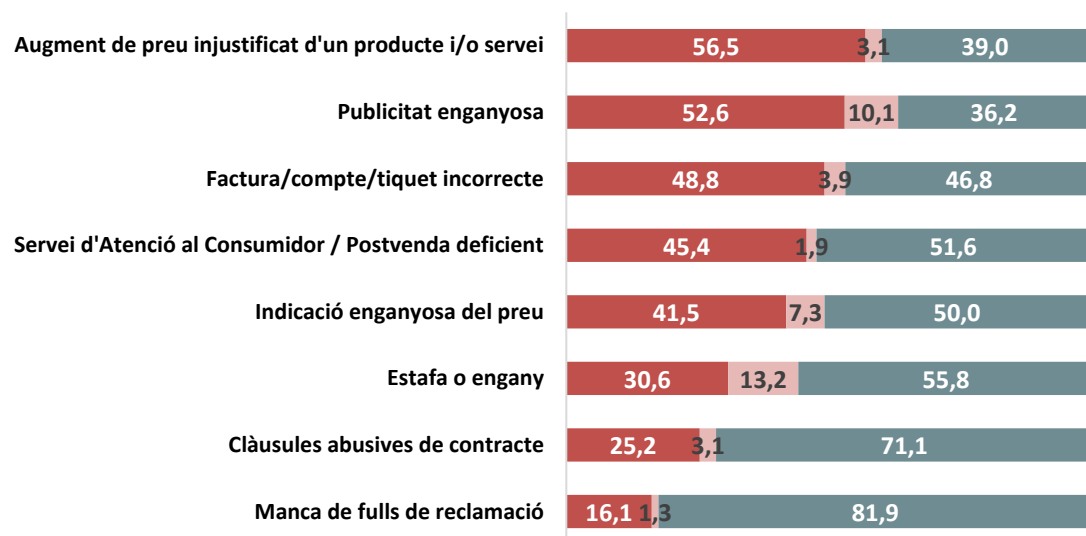
Un 56,5% ha patit un **augment de preu injustificat** d'un producte o servei, i a més un 3,1% n'ha patit l'intent. Un 52,6% ha sigut víctima de **publicitat enganyosa** i un altre 10,1% diu haver patit l'intent de rebre'n. Al voltant de la meitat de les persones entrevistades ha rebut una **factura/compte/tiquet incorrecte**, un **servei d'atenció al consumidor o de postvenda deficient** o una **indicació enganyosa del preu** o n'han patit l'intent. Fins a 30% ha patit una **estafa o engany** i un altre 13,2% n'ha patit l'intent. Un altre 28,3% ha sigut víctima de firmar un **contracte amb clàusules abusives** (o han intentat que el firmés) i més d'un 15% no ha pogut disposar dels

fulls de reclamació.

En conjunt, una minoria denuncia les problemàtiques patides com a consumidor/a. El més denunciat són les estafes i enganys (36,1% de qui les ha patit ho ha denunciat) seguit de no poder disposar dels fulls de reclamació (29,9%), les clàusules de contracte abusives (23,3%) o haver rebut una factura o tiquet incorrectes (20,7%). La resta de problemàtiques són denunciades per menys d'un 20% de la població que les ha patit.

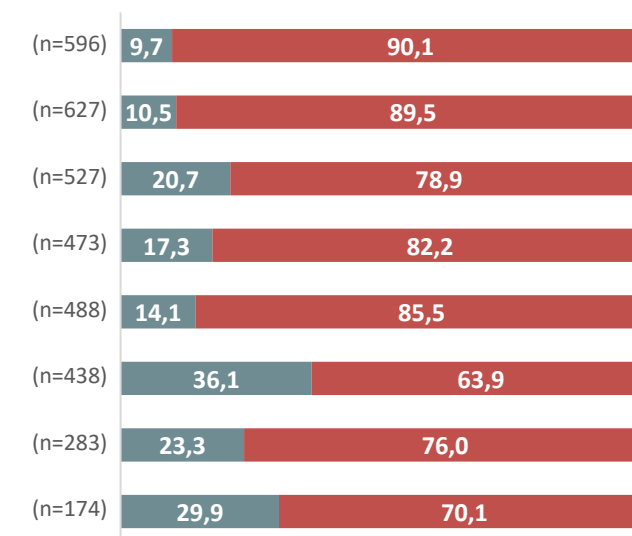
I quines de les següents problemàtiques ha patit en alguna ocasió o ha estat apunt de patir (intent)?

■ Ho ha patit ■ Intent ■ Ni ho ha patit ni intent ■ NS/NC



(En cas d'haver patit o intent) Ho va denunciar?

■ Sí, ho ha denunciat ■ No ho ha denunciat ■ NS/NC



* Inclouent les persones que diuen haver-ne patit un intent.

ENTRE LES TRES PRINCIPALS PREOCUPACIONS EN RELACIÓ ALS SERVEIS BANCARIS SOBRESURTEN LES COMISSIONS, LA MANCA D'OFICINES I ELS HORARIS D'ATENCIÓ

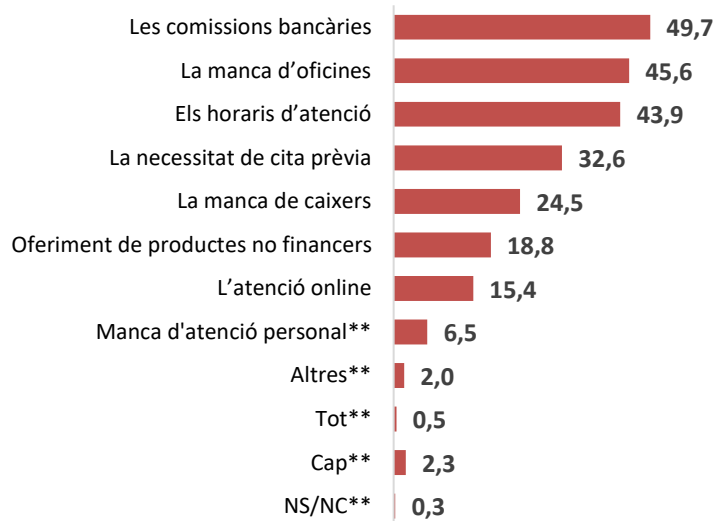
Principals problemàtiques en relació als serveis bancaris

De les següents, quines són les principals problemàtiques que més li preocupen en relació als serveis bancaris? –Resposta múltiple*–

Pràcticament tothom manifesta inquietuds en relació al servei ofert pel sector bancari.

Quan es demana per les tres principals problemàtiques les persones entrevistades han donat, de mitjana, entre dues i tres respostes, el que indica preocupació per aquesta qüestió.

Les problemàtiques més repetides són les comissions, la manca d'oficines i les horaris d'atenció.



	TOTAL (n=1000)	GÈNERE		EDAT				
		Masc. (n=484)	Fem. (n=513)	16-24 (n=108)	25-34 (n=142)	35-49 (n=283)	50-64 (n=242)	65 i més (n=225)
Les comissions bancàries	49,7	49,0	50,3	32,4	58,5	59,7	51,2	38,2
La manca d'oficines	45,6	45,2	46,2	30,6	37,3	43,1	52,1	54,2
Els horaris d'atenció	43,9	43,8	43,9	66,7	50,0	44,9	38,0	34,2
La necessitat de cita prèvia	32,6	30,8	34,1	31,5	31,0	29,0	35,5	35,6
La manca de caixers	24,5	23,1	25,9	25,0	23,2	23,7	26,0	24,4
Oferiment de productes no financers	18,8	22,1	15,8	15,7	20,4	24,7	17,8	12,9
L'atenció online	15,4	13,6	17,2	17,6	17,6	11,3	18,6	14,7
Manca d'atenció personal**	6,5	5,6	7,4	0,9	2,1	5,3	7,0	12,9
Altres**	2,0	2,9	1,2		0,7	1,8	3,7	2,2
Tot**	0,5	0,6	0,4	0,9		1,1	0,4	
Cap**	2,3	2,3	2,3	1,9	1,4	2,1	2,5	3,1
NS/NC**	0,3		0,6			0,7	0,4	

* Es podien escollir un màxim de tres respostes, i la mitjana ha estat de 2,4 respostes per entrevistat/da. **Mencions espontànies.

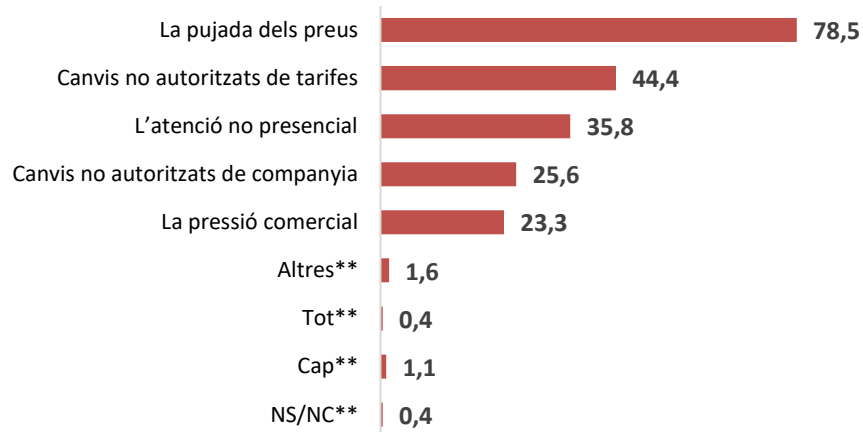
ENTRE LES TRES PRINCIPALS PRECUPACIONS EN RELACIÓ ALS SERVEIS ENERGÈTICS SOBRESURT LA PUJADA DELS PREUS, SEGUIT DELS CANVIS NO AUTORITZATS DE TARIFES I L'ATENCIÓ NO PRESENCIAL

Principals problemàtiques en relació als serveis energètics

De les següents, quines són les principals problemàtiques que més li preocupen en relació als serveis energètics? –Resposta múltiple*–

Quan es pregunta per les tres principals problemàtiques en relació als serveis energètics també tothom en destaca alguna, i de mitjana es donen 2,1 respostes per persona entrevistada.

La pujada de preus sobresurt com la principal preocupació, però també es mostra inquietud pels canvis no autoritzats de tarifes o la manca d'atenció presencial.



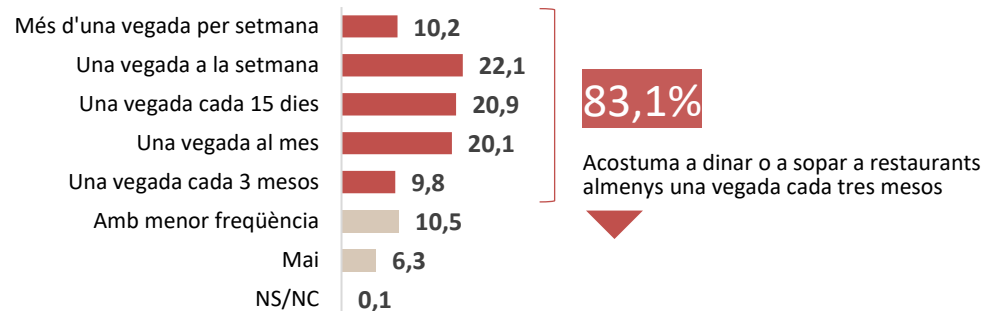
	TOTAL (n=1000)	GÈNERE		EDAT				
		Masc. (n=484)	Fem. (n=513)	16-24 (n=108)	25-34 (n=142)	35-49 (n=283)	50-64 (n=242)	65 i més (n=225)
La pujada dels preus	78,5	76,7	80,3	86,1	85,2	77,0	78,5	72,4
Canvis no autoritzats de tarifes	44,4	45,9	43,1	50,9	54,2	54,1	41,7	25,8
L'atenció no presencial	35,8	32,4	39,0	35,2	31,7	37,1	36,8	36,0
Canvis no autoritzats de companyia	25,6	24,6	26,7	23,1	19,7	27,6	28,1	25,3
La pressió comercial	23,3	25,0	21,6	17,6	24,6	25,4	24,0	21,8
Altres**	1,6	2,3	1,0		0,7	1,1	1,2	4,0
Tot**	0,4	0,4	0,4		0,7	0,4	0,4	0,4
Cap**	1,1	0,8	1,4		1,4	0,7	0,4	2,7
NS/NC**	0,4	0,2	0,6	0,9		0,4		0,9

* Es podien escollir un màxim de tres respostes, i la mitjana ha estat de 2,1 respostes per entrevistat/da. **Mencions espontànies.

A UN 45% DELS QUE ACOSTUMEN A ANAR RESTAURANTS LI PREOCUPA QUE NINGÚ EL PUGUI ATENDRE EN EL SEU IDIOMA I UN 11,1% DIU HAVER-SE TROBAT EN AQUESTA SITUACIÓ. A 3 DE CADA 10, NO LI PREOCUPA CAP DE LES QÜESTIONS SUGGERIDES

Principals problemàtiques en relació als serveis de restauració

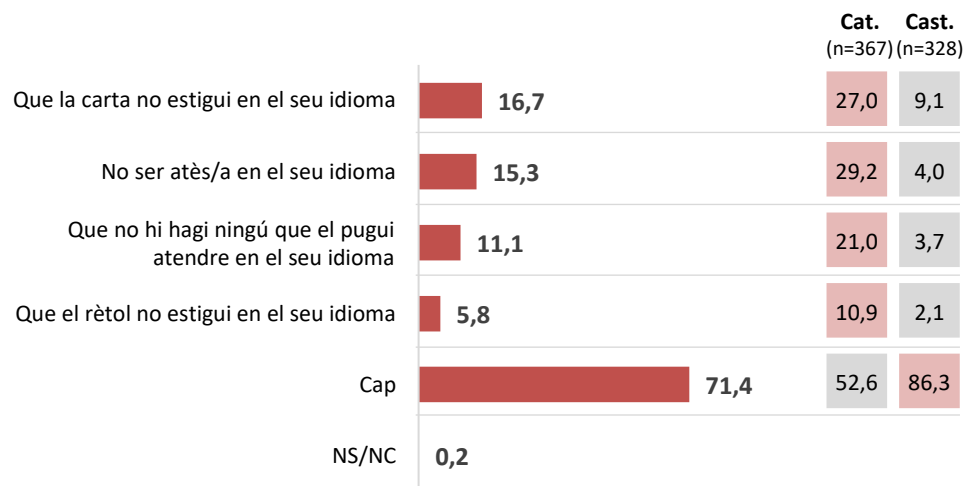
Amb quina freqüència acostuma a anar a dinar o a sopar a restaurants?



Quan va a un restaurant, en quines de les següents situacions acostuma a trobar-se?

–Resposta múltiple*–

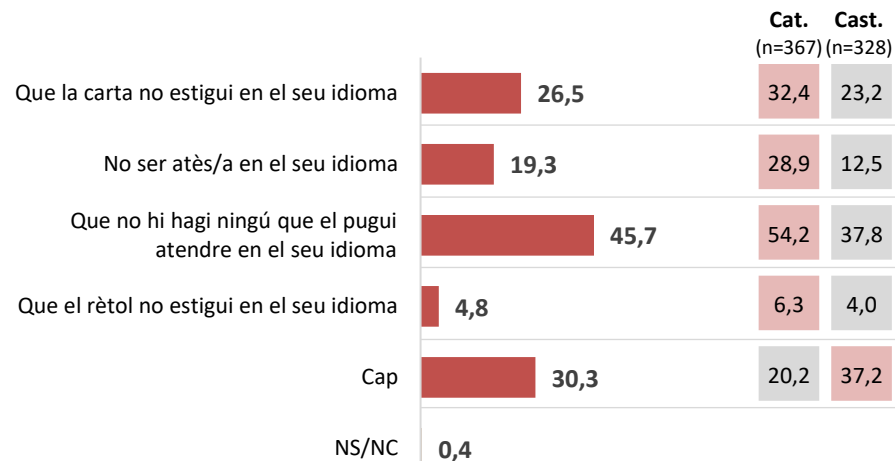
Base: Acostuma a dinar o a sopar a restaurants almenys una vegada cada tres mesos (n=831)



I quines son les que més li preocupen?

–Resposta múltiple*–

Base: Acostuma a dinar o a sopar a restaurants almenys una vegada cada tres mesos (n=831)



* Es podien escollir un màxim de tres respostes.



05

CONEIXEMENT I RELACIÓ ENVERS L'AGÈNCIA CATALANA DEL CONSUM

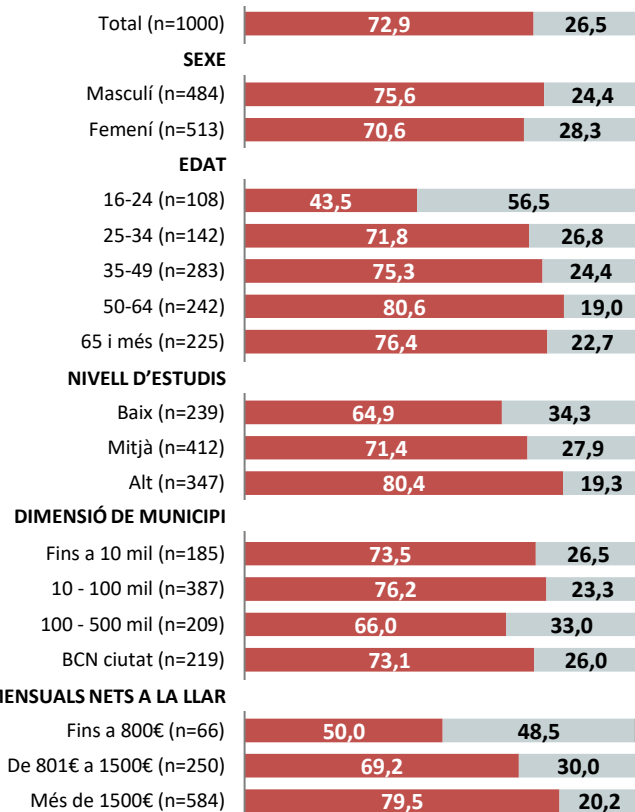
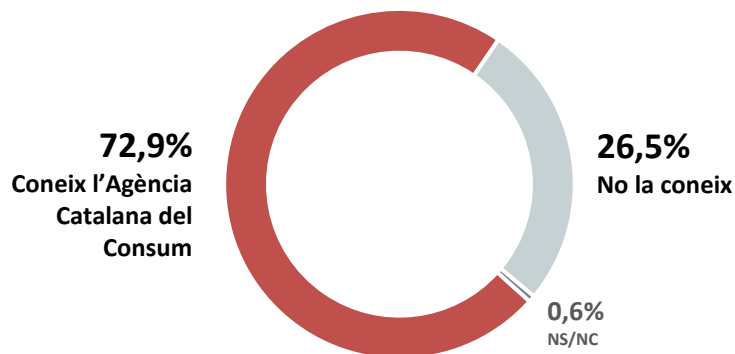
Notorietat de l'Agència Catalana del Consum

Coneix o ha sentit a parlar de l'Agència Catalana del Consum?

■ Sí ■ No ■ NS/NC

Un 72,9% de la població coneix l'Agència Catalana del Consum, per un 26,5% que no la coneix.

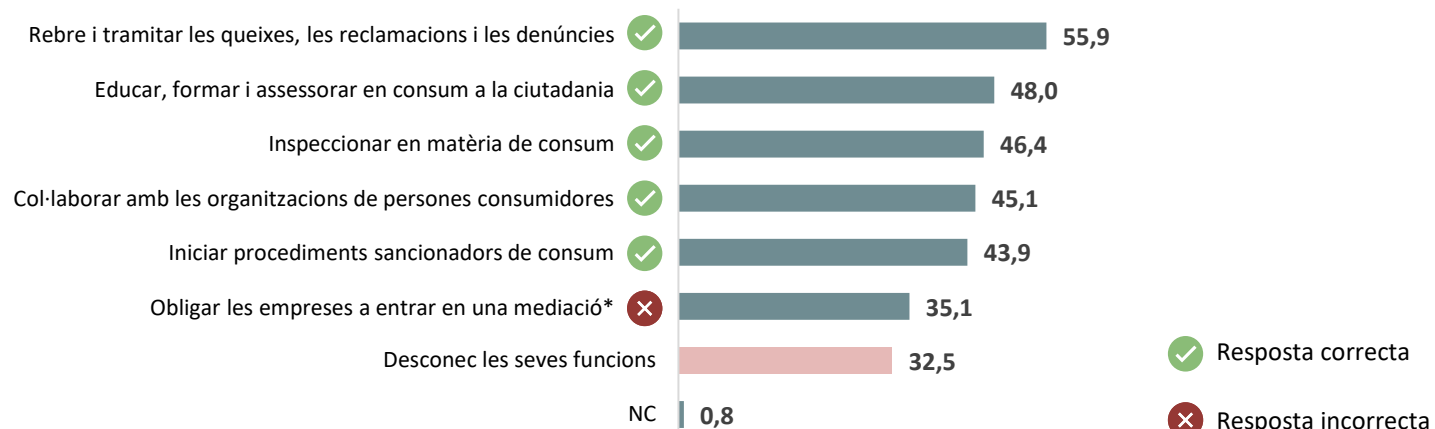
Entre les persones més joves són majoria les que no la coneixen (56,5%). També entre les persones de menor capacitat adquisitiva i aquelles amb menor formació es redueix la notorietat de l'Agència Catalana del consum.



REBRE I TRAMITAR LES QUEIXES, RECLAMACIONS I DENÚNCIES ÉS LA FUNCIÓ QUE MÉS ES CONEIX DE L'AGÈNCIA

Coneixement de les funcions de l'ACC

De les següents funcions, quines diria que són funcions de l'Agència Catalana del Consum? –Resposta múltiple–



	TOTAL (n=1000)	GÈNERE		EDAT					NIVELL D'ESTUDIS		
		Masc. (n=484)	Fem. (n=513)	16-24 (n=108)	25-34 (n=142)	35-49 (n=283)	50-64 (n=242)	65 i més (n=225)	Baix (n=239)	Mitjà (n=412)	Alt (n=347)
Rebre i tramitar les queixes, les reclamacions i les denúncies	55,9	58,3	53,8	30,6	55,6	62,2	61,2	54,7	44,4	55,6	64,3
Educar, formar i assessorar en consum a la ciutadania	48,0	51,9	44,4	36,1	52,1	55,1	47,5	42,7	36,4	44,9	59,9
Inspeccionar en matèria de consum	46,4	50,2	42,9	33,3	45,8	49,5	52,9	42,2	35,6	43,0	57,9
Col·laborar amb les organitzacions de persones consumidores	45,1	49,4	41,1	31,5	51,4	51,2	46,3	38,7	31,8	43,7	55,9
Iniciar procediments sancionadors de consum	43,9	47,5	40,5	27,8	44,4	51,9	48,8	36,0	31,0	45,1	51,3
Obligar les empreses a entrar en una mediació	35,1	42,4	28,5	17,6	41,5	38,2	38,8	31,6	25,1	36,2	40,6
Desconec les seves funcions	32,5	29,3	35,3	57,4	33,1	27,2	25,2	34,7	45,2	32,3	23,9
NC	0,8	0,8	0,8		0,7	0,7	0,8	1,3	0,8	0,7	0,9

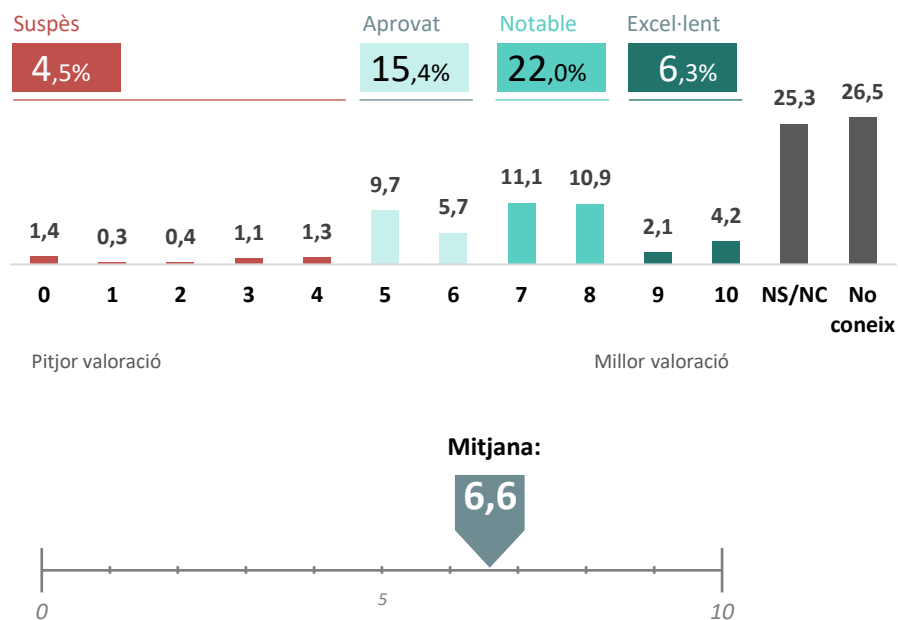
* Hi ha un 0,8% del conjunt de les persones entrevistades que esmenta només la funció "Obligar les empreses a entrar en una mediació".

L'AGÈNCIA CATALANA DEL CONSUM ES VALORA AMB UNA NOTA MITJANA DE 6,6, PERÒ LA MEITAT NO LA CONEIX O NO SAP DONAR-NE UNA VALORACIÓ

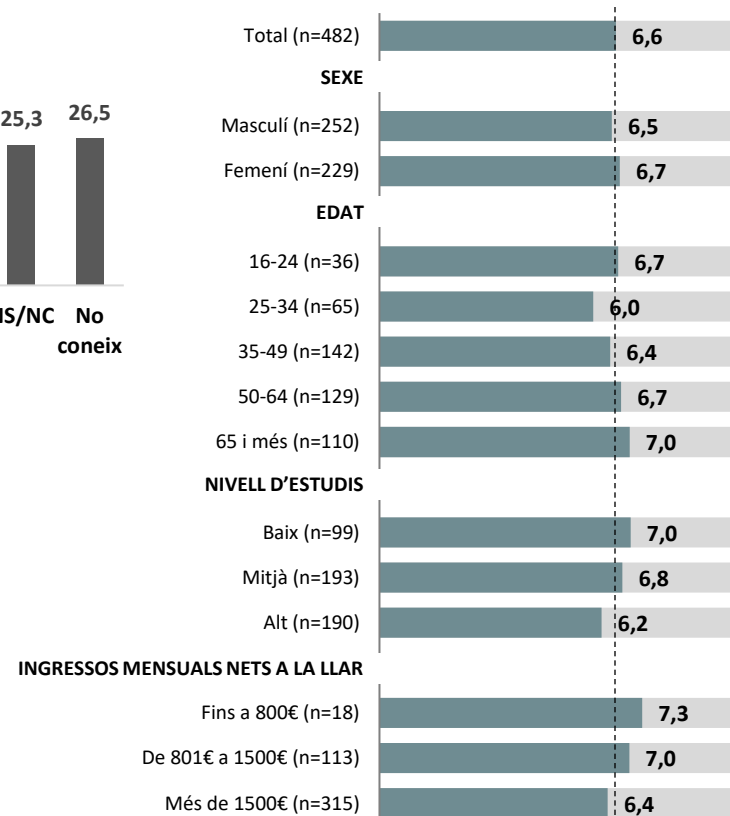
Valoració de l'Agència Catalana del Consum

En general, com valora l'Agència Catalana del Consum en una escala de 0 a 10? Essent 0 la pitjor valoració i 10 la millor.

Aquells que coneixen l'Agència Catalana del Consum la valoren, de mitjana, amb una nota de 6,6 sobre 10. Fins a un 51,8% no la coneix o no sap donar-ne cap valoració.



Valoració mitjana de l'Agència Catalana del Consum:



UN 10% DE LA POBLACIÓ ENTREVISTADA DIU QUE HA POSAT ALGUNA VEGADA UNA RECLAMACIÓ, QUEIXA O DENÚNCIA A L'AGÈNCIA CATALANA DEL CONSUM

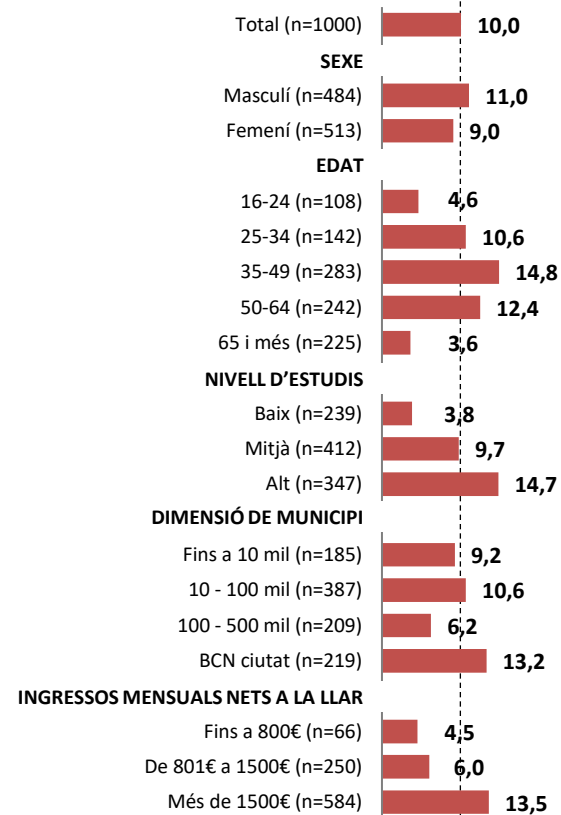
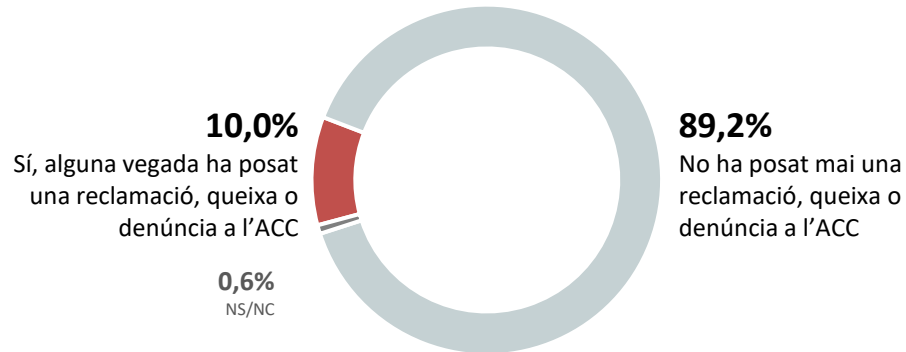
Reclamacions, queixes i denúncies

Ha posat mai una reclamació, queixa o denúncia a l'Agència Catalana del Consum?

■ Sí ■ No ■ NS/NC

Un 10% de la població entrevistada ha posat alguna vegada una reclamació, queixa o denúncia a l'Agència Catalana del Consum, per un 89,2% que no n'ha posat mai cap.

Les persones de mitjana edat, aquelles amb més nivell formatiu, les residents a Barcelona ciutat i aquelles amb un nivell major d'ingressos a la llar són els que més diuen haver posat una reclamació, queixa o denúncia a l'Agència Catalana del Consum.



POC MÉS DEL 10% CONEIX EL SISTEMA DE MEDIACIÓ I/O ARBITRATGE DE CONSUM

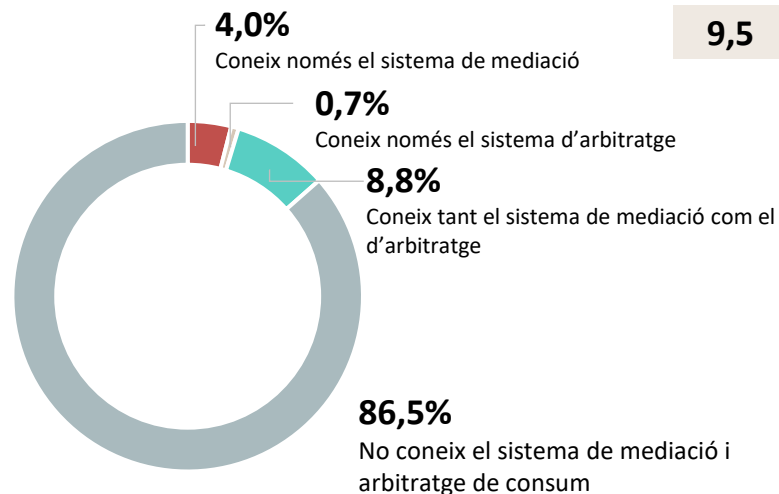
Notorietat del sistema de mediació i arbitratge de consum

Coneix el sistema de mediació i arbitratge de consum?

■ Només mediació ■ Només arbitratge ■ Ambdós ■ No coneix

Un 12,8% de la població coneix el sistema de mediació i un 9,5% el d'arbitratge. Un 86,5% no coneix ni l'un ni l'altre.

Els homes, les persones de 50 a 64 anys, aquelles amb formació universitària i les que tenen un major nivell d'ingressos nets a la llar coneixen més el sistema de mediació i arbitratge, però en cap d'aquests col·lectius el grau de coneixement arriba al 20%.

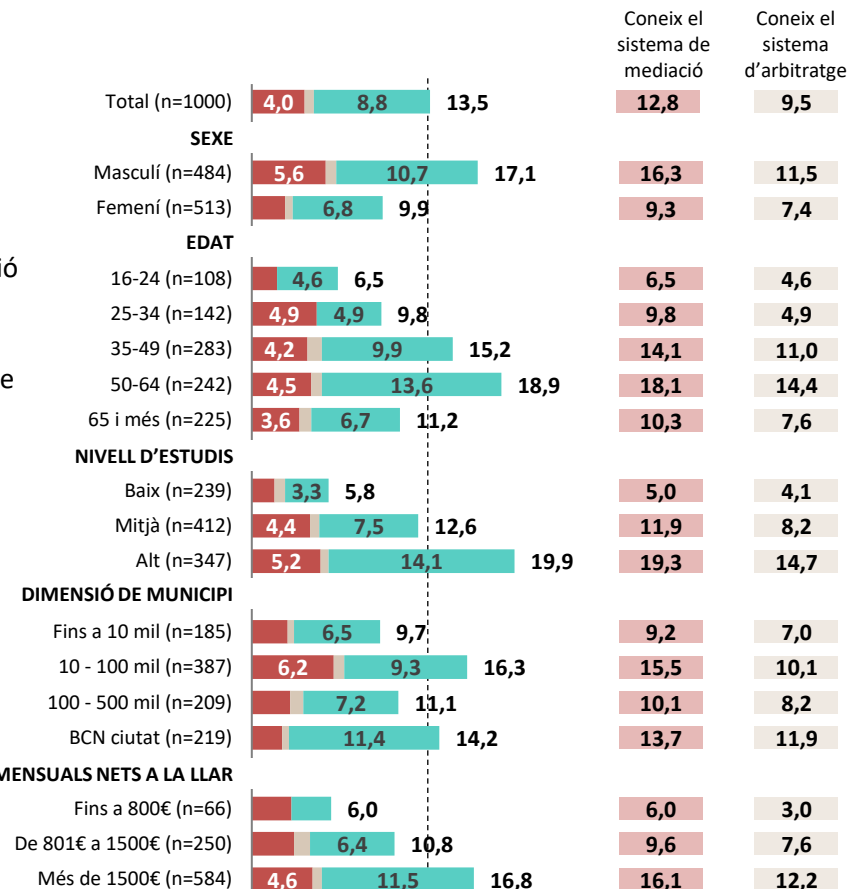


Coneix el sistema de mediació

12,8

Coneix el sistema d'arbitratge

9,5

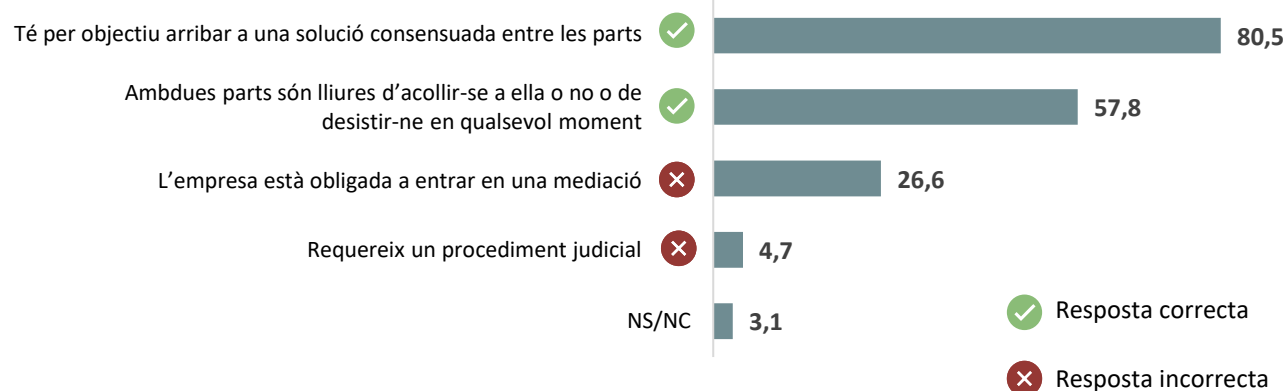
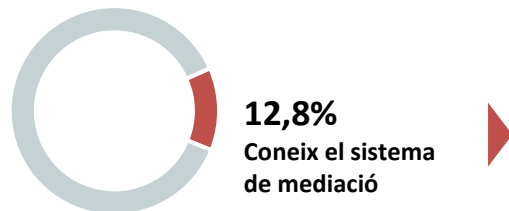


VUIT DE CADA DEU CONEIXEN L'OBJECTIU DE LA MEDIACIÓ I SIS DE CADA DEU EL SEU PRINCIPI DE VOLUNTARIETAT PEL QUE FA A L'ARBITRATGE, SET DE CADA DEU EN CONEIX EL PRINCIPI DE VOLUNTARIETAT I PROP DE LA MEITAT LA SEVA GRATUÏTAT

Coneixement dels principis del sistema de mediació en la resolució de conflictes de consum

De les següents, quins creu que són els principis del sistema de mediació en la resolució de conflictes de consum? –Resposta múltiple–

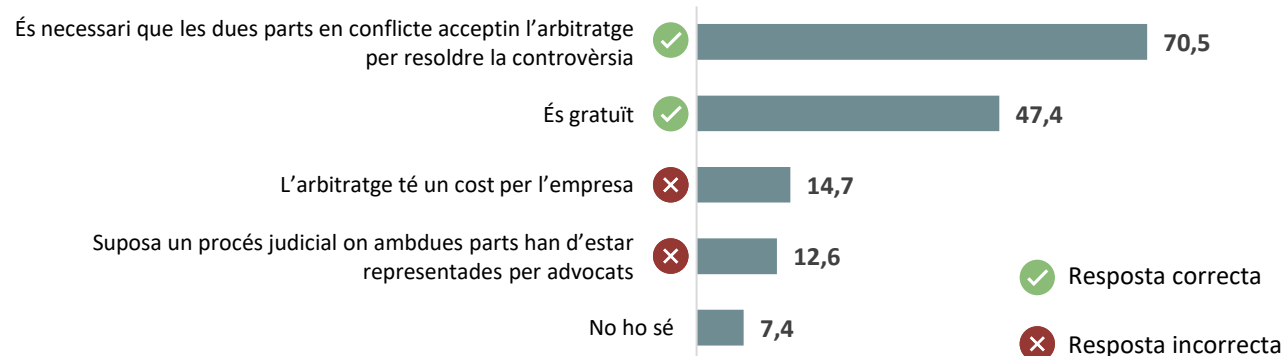
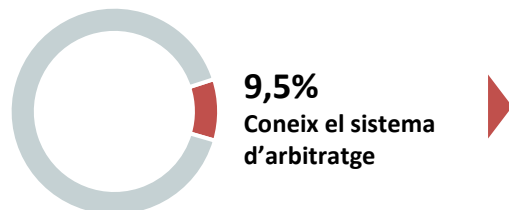
Base: Coneix el sistema de mediació (n=128)



Coneixement dels principis del sistema d'arbitratge en la resolució de conflictes de consum

De les següents, quins creu que són els principis del sistema d'arbitratge en la resolució de conflictes de consum? –Resposta múltiple–

Base: Coneix el sistema d'arbitratge (n=95)





06

CONCLUSIONS

ACTITUDS I PREFERÈNCIES DELS CONSUMIDORS

El preu és l'aspecte al que els i les consumidors/es donen més importància a l'hora de comprar un producte; de fet un 56,1% considera que és una qüestió molt important. Entre un 46% i 47% també dona molta importància que el producte sigui de proximitat i que estigui etiquetat en el seu idioma habitual. Els descomptes, el compromís social del productor i que sigui un producte ecològic, tot i ser qüestions importants, es tenen menys en compte a l'hora de comprar un producte.

La majoria de persones entrevistades mostra prendre decisions de compra responsables pel que fa a 4 dels 5 indicadors plantejats en aquest àmbit: en aquest sentit, vuit de cada deu diuen preferir comprar productes amb envàs reciclable i productes de proximitat, set de deu opten per una compra planificada i decideixen prèviament quins productes volen comprar i el 55% diu que acostuma a llegir els contractes en la seva totalitat (el 30% reconeix no fer-ho). Ara bé, a la majoria li agrada tenir la nevera i el rebost sempre ple de menjar.

Pel que fa a la vulnerabilitat de les persones consumidores, l'àmplia majoria té dificultats per interpretar la factura de la llum i acostuma a comprar productes en promoció. Un 12,2% ha sol·licitat algun préstec o crèdit per fer front a necessitats bàsiques.

CONEXEMENTS DELS DRETS DE LES PERSONES CONSUMIDORES

Nou de cada deu persones consumidores coneixen els seus drets en relació a la protecció de la salut, la reparació de danys i els drets lingüístics en l'àmbit del consum. Vuit de cada deu també saben que tenen dret a cancel·lar qualsevol servei contractat per telèfon. El drets en relació a la devolució d'un producte són més desconeguts, ja que només tres de cada deu saben que no tenen dret a que els hi siguin retornats els diners de qualsevol compra presencial.

Un 56,5% de la població sap mencionar algun organisme o entitat que vetlli pels drets de les persones consumidores. L'OCU és l'organització més citada (34,7%), seguida de les oficines d'informació al consumidor i l'Agència Catalana del Consum.

Prop de la meitat de la població ha mostrat interès en alguna ocasió en conèixer els seus drets com a consumidors davant d'una incidència de consum i ha cercat informació al respecte. Majoritàriament **aquesta informació es busca a internet** en cercadors i pàgines no especialitzades.

PROBLEMÀTIQUES ENVERS EL CONSUM

Prop del 30% de la població se sent en major o menor grau desprotegida davant de possibles incidències de consum i fins a un 7,7% diu sentir-se totalment desprotegit/da. La sensació de desprotecció absoluta creix entre les persones de més edat, menor nivell formatiu i menor nivell d'ingressos a la llar.

Pràcticament tothom manifesta inquietuds en relació al consum. Quan es demana quines són les tres principals preocupacions, tothom dona entre dues i tres respostes. La publicitat enganyosa, l'augment injustificat del preu i un servei deficient d'atenció al consumidor i postvenda són les problemàtiques més repetides. Entre el 45% i el 60% de les persones consumidores diu haver patit en alguna ocasió aquestes problemàtiques, encara que no arriben al 20% les persones que les denuncien.

També tothom mostra preocupació pels serveis bancaris i els energètics. Les comissions bancàries, la manca d'oficines i els horaris d'atenció són les principals preocupacions en el primer cas. En el segon, **la qüestió que més preocupa és, amb diferència, la pujada de preus**, però entre el 35 i 45% de les persones consumidores també mostra inquietud pels canvis no autoritzats de tarifes i l'atenció no presencial.

En l'àmbit de la restauració, **tres de cada deu persones que solen anar a restaurants consideren que en alguna mesura no es compleixen els drets lingüístics dels consumidors**, perquè la carta, l'atenció o la retolació no estan en el seu idioma. Les persones catalanoparlants diuen trobar-se més en aquesta situació que les castellanoparlants.

CONEXIEMENT I RELACIÓ ENVERS L'AGÈNCIA CATALANA DEL CONSUM

L'Agència Catalana del Consum té una notorietat suggerida del 72,9%. Aquells que la coneixen la valoren, de mitjana, amb un 6,6 sobre 10. La meitat, però no sap donar-ne cap valoració. El desconeixement destaca entre les persones més joves, i en menor mesura, també entre les que tenen menor nivell formatiu i aquelles que viuen en llars amb menors ingressos.

Un 10% de les persones entrevistades diu que ha posat alguna vegada una reclamació, queixa o denúncia a l'Agència Catalana del Consum. I un percentatge similar coneix el sistema de mediació i/o arbitratge de consum.

GESOP

Gabinet d'Estudis Socials i Opinió Pública, S.L.
c/ Provença 385-387 entl. 1a 08025 Barcelona
Tel. 93 300 07 42 www.gesop.net
www.twitter.com/_GESOP