



***Investigació Comercial***  
***Enquesta als consumidors***  
***15 de març 2010 "Dia Mundial del consumidor"***  
***CFGS EN SERVEIS AL CONSUMIDOR***

<b>1 INTRODUCCIÓ I OBJECTIUS DEL ESTUDI.....</b>	<b>2</b>
1.1. EL CONSELL MUNICIPAL DE CONSUM DE BARCELONA .....	2
1.2. FORMULACIÓ DEL PROBLEMA A INVESTIGAR .....	3
<i>Estudi de l'entorn del problema/oportunitat</i> .....	3
1.3. FITXA TÈCNICA DE L'ESTUDI.....	4
<b>2 ANÀLISI DELS ENQUESTATS .....</b>	<b>6</b>
2.1 SEXE - EDAT .....	6
2.2 SITUACIÓ LABORAL – NIVELL D'ESTUDIS.....	7
2.3 NIVELL D'ESTUDIS I EDAT .....	8
<b>3 ANÀLISI DELS CONFLICTES .....</b>	<b>9</b>
3.1 SECTOR EN QUE ES DONA EL CONFLICTE I SEXE.....	9
3.2 CONFLICTE I EDAT .....	10
<b>4 ANÀLISI DE LES RECLAMACIONS .....</b>	<b>11</b>
4.1 SECTOR DE CONFLICTE I RECLAMACIÓ .....	11
4.2 SECTOR DE CONFLICTE I RECLAMACIÓ .....	12
4.3 MITJÀ DE RESOLUCIÓ I RESOLUCIÓ EFECTIVA .....	13
<b>5 CONEIXEMENTS SOBRE TEMES RELACIONATS AMB EL CONSUM... 14</b>	
5.1 CONÈIXER “CONSUM RESPONSABLE” I TENIR-HO EN COMPTE PER COMPRAR .....	14
5.2 CONÈIXER DRETS I DEURES DEL CONSUMIDOR .....	15
5.3 CONÈIXER “LLIBERTAT PER ESCOLLIR PROVEÏDOR DE LLUM” I FER-HO.....	16
5.4 CONÈIXER “LLIBERTAT PER ESCOLLIR PROVEÏDOR DE GAS” I FER-HO. ....	17
AQUEST ENCREUAMENT TÉ EL MATEIX PROPÒSIT QUE L'ANTERIOR PERÒ REFERIT ALS PROVEÏDORS DE GAS. ....	17
5.5 CONÈIXER “QUÈ SÓN LES ASSOCIACIONS DE CONSUMIDORS, OMIC Bcn i ACC 18	
5.6 CONÈIXER QUÈ SÓN LES JUNTES ARBITRALS DE CONSUM I UTILITZACIÓ .....	19
5.7 NIVELL D'ESTUDIS I SENTIMENT DE REPRESENTACIÓ PER ORGANISMES EXISTENTS 20	
<b>6 CONCLUSIONS .....</b>	<b>21</b>
<b>7 ANNEX .....</b>	<b>22</b>
7.1 CARTA DE PRESENTACIÓ PRÈVIA ENQUESTA .....	22
7.2 FORMULARI ENQUESTA.....	23
7.3 RELACIÓ DE PARTICIPANTS AL PROJECTE.....	25
7.4 DOCUMENTACIÓ CD.....	25

# 1 INTRODUCCIÓ I OBJECTIUS DEL ESTUDI

## 1.1. EL CONSELL MUNICIPAL DE CONSUM DE BARCELONA

El Consell Municipal de Consum de Barcelona és un organisme consultiu i de participació directa del ciutadà en la gestió municipal relativa als temes de consum i comerç.

Està format per les associacions de consumidors i l'ajuntament de Barcelona i disposa de les següents competències:

- 1.- Informar i assessorar sobre temes en comerç i consum.
- 2.- Elaborar estudis i propostes
- 3.- Col·laborar amb l'Ajuntament en l'organització d'actes, cursos, campanyes, jornades, etc. Tant relatives a aspectes tècnics que puguin millorar el nivell de vida de professionalitat de les organitzacions ciutadanes com a aquells aspectes relatius a la informació i conscienciació dels consumidors.
- 4.- Òrgan de consulta en els processos d'elaboració de normatives o ordenances en temes de comerç i consum durant els treballs d'elaboració.

## **1.2. Formulació del problema a investigar**

### *Estudi de l'entorn del problema/oportunitat*

Vivim en un entorn en que constantment actuem com consumidors. En aquest sentit tenim una sèrie de drets i deures a complir. Per tal de resoldre possibles conflictes derivats del incompliment d'aquests tenim la possibilitat d'acudir a les Associacions de Consumidors i a l'administració pública (Agència Catalana de Consum, OMICS, OCICS, etc).

El Consell Municipal de Consum de Barcelona amb motiu del dia del consumidor ha volgut elaborar una enquesta per disposar de dades sobre el grau de coneixement dels drets i deures que els ciutadans de Barcelona tenen dels seus drets com a consumidors i usuaris, així com al situació de mercat energètic. També és vol saber el grau d'ús que es fa d'aquestes associacions així com el resultat obtingut per part de l'usuari.

Associacions participants:

- ACRAC Alternatives al Consum
- ACPB Associació de Consumidors de la Província de Barcelona
- AICEC-ADICAE
- CONSELL ALIMENTARI DE LA MEDITERRÀNIA
- CONSUM REBEL Associació de Joves Consumidors de Catalunya
- CUS Coordinadora d'Usuaris de la sanitat
- FCCUC Federació de cooperatives de consumidors i usuaris de Catalunya
- L'OCUC Organització d'usuaris i consumidors de Catalunya
- UCC Unió de Consumidors de Catalunya
- UNAE Unió cívica de consumidors immestr4sSES de casa de Barcelona i província

### 1.3. Fitxa tècnica de l'estudi

#### Quadre-resum:

---

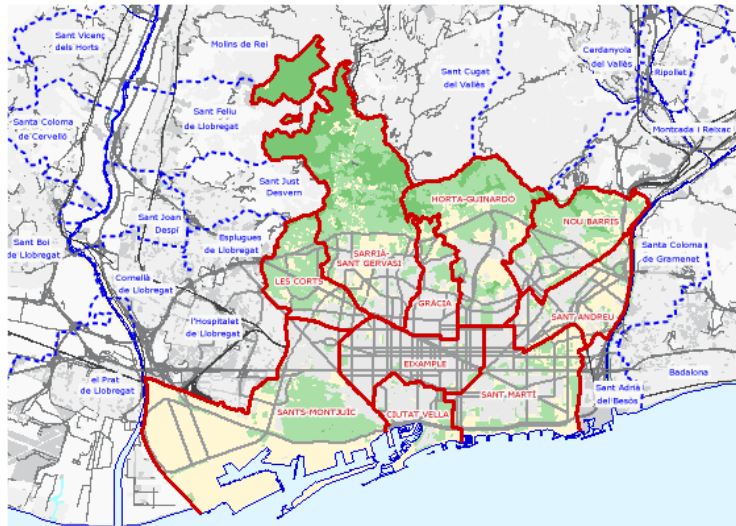
Nivell de confiança: 95,5% (2 sigmes)  
Variància:  $p=q=0,5$   
Grandària de la mostra: 283 individus  
Marge d'error:  $\pm 2'36\%$

#### Àmbit:

---

Catalunya, Barcelona, districtes de:

- Gràcia
- Sant Martí
- Sants – Montjuïc
- Ciutat Vella
- Horta – Guinardó
- Eixample
- Les Corts
- Nou Barris
- Sant Andreu
- Sarrià – Sant Gervasi



#### Univers:

---

Població major d'edat de Barcelona.

---

### **Mètode de recollida de la informació:**

---

Enquesta directa tramitada per ordinador

### **Grandària de la mostra:**

---

283 enquestes

### **Horari d'enquesta:**

---

Dia 15/03/09 de 15:00 a 20:00 hores

### **Lloc d'enquesta i persones enquestadores:**

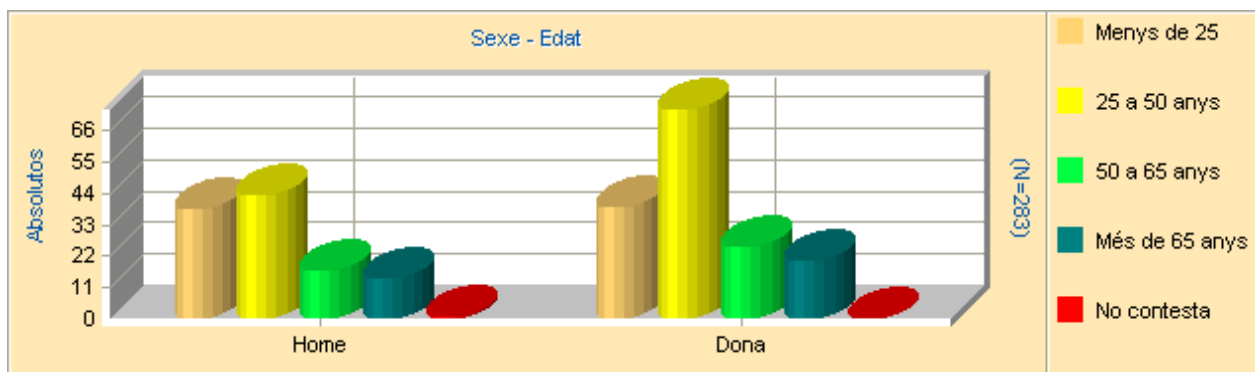
---

<b>Nom i Cognoms</b>	<b>Districte</b>	<b>Lloc</b>
Javier Fortaleza Aitor Sobrino	Gràcia	Plaça Lesseps
Sandra Alcalde Roser Barber	Sant Martí	Rambla Poble Nou / Dr. Trueta
Francesc Ríos Merixell García	Sants – Montjuic	Mercat d'Hostafrancs
Luca Pisani Marc Folch	Ciutat Vella	Plaça Pi i Sunyer
Christian Jato Pere Massagué	Horta – Guinardó	Mercat d'Horta
Cecília Marín Montse Ribera	Eixample	Ronda St. Antoni / Plaça Universitat
Anna Murcia Alba Junyeny	Les Corts	Mercat de les Corts
Africa Pettoello Marta Lluch	Nou Barris	Mercat de la Mercè
Javier Rabal Carles Rovira	Sant Andreu	Plaça Orfila
Minerva González Edison Jiménez Elsa Nin	Sarrià – Sant Gervasi	Plaça de Sarrià

## 2 ANÀLISI DELS ENQUESTATS

### 2.1 Sexe - Edat

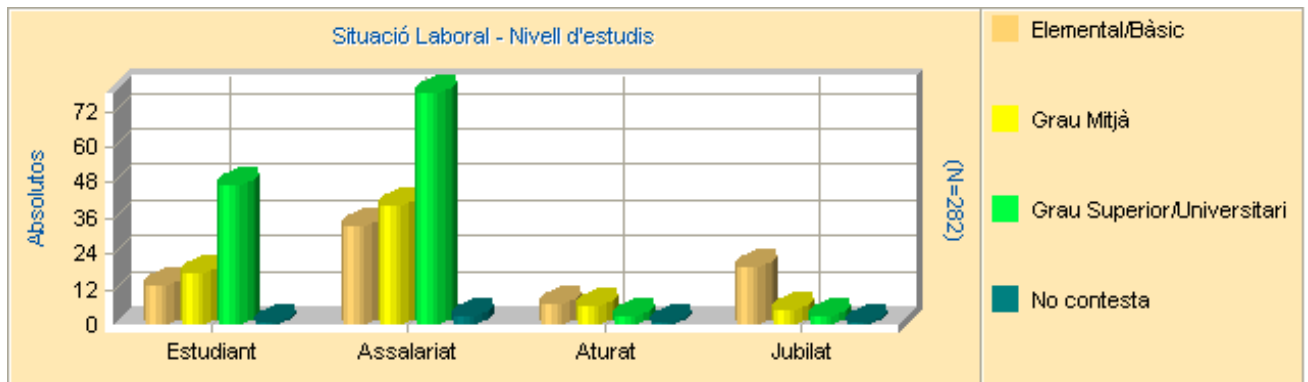
Freqüències		Home	Dona
Total	283	113	157
<b>Edat</b>			
<b>Menys de 25</b>	79	38	39
<b>25 a 50 anys</b>	119	43	73
<b>50 a 65 anys</b>	45	17	25
<b>Més de 65 anys</b>	34	14	20
<b>No contesta</b>	6	1	0



Les persones enquestades eren majoritàriament dones, concretament un 56% de dones. Pel que fa a els edats, el grup més nombrós és el comprés entre els 25 i 50 anys. En el cas de les dones la predominança d'aquest grup d'edats és fa més evident.

## 2.2 Situació Laboral – Nivell d'estudis

Freqüències		<b>Estudiant</b>	<b>Assalariat</b>	<b>Aturat</b>	<b>Jubilat</b>
Total	283	78	154	17	29
<b>Nivell d'estudis</b>					
<b>Elemental/Bàsic</b>	73	13	33	7	19
<b>Grau Mitjà</b>	68	17	40	6	5
<b>Grau Superior/Universitari</b>	131	47	78	3	3
<b>No contesta</b>	10	1	3	1	1



Aquest gràfic ens mostra el nivell d'estudis en funció de la seva situació laboral.

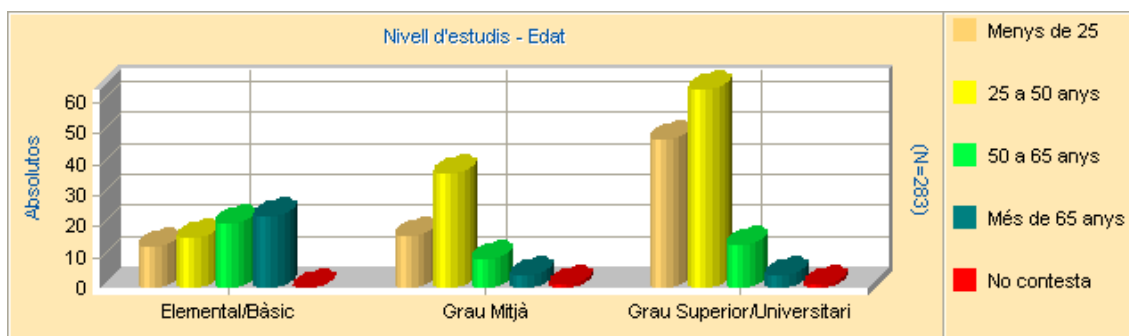
En l'àmbit dels estudiants, la majoria tenen una formació de Grau Superior o Universitari. Aquesta tendència es dona també en els cas dels assalariats.

Pel que fa els aturats, tot i la mostra esser menys nombrosa (17 persones) queda palès que les persones amb menys nivell d'estudis són les que conformen de forma majoritària aquest grup.



### 2.3 Nivell d'estudis i edat

	Total	P21		
Freqüències		<b>Elemental/Bàsic</b>	<b>Grau Mitjà</b>	<b>Grau Superior/Universitari</b>
<b>Total</b>	283	73	68	131
<b>Edat</b>				
<b>P17</b>				
<b>Menys de 25</b>	79	13	17	48
<b>25 a 50 anys</b>	119	16	37	64
<b>50 a 65 anys</b>	45	21	9	14
<b>Més de 65 anys</b>	34	23	4	4
<b>No contesta</b>	6	0	1	1

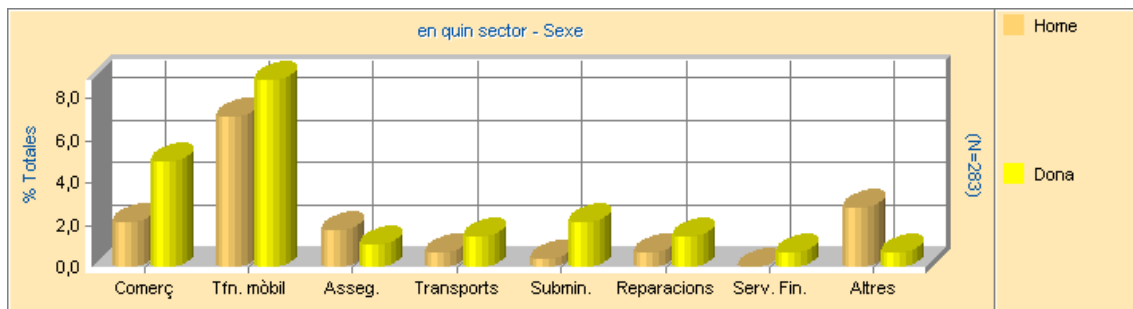


La distribució dels estudis en funció de les edats ens mostra que el grau de formació puja amb l'edat fins arribar als 50 anys. A partir d'aquesta edat el nivell de formació es mostra més baix, això és així tant pel que fa a Grau Superior / Universitari com a Grau Mitjà.

### 3 ANÀLISI DELS CONFLICTES

#### 3.1 Sector en que es dona el conflicte i sexe

	Total	P2							
% Totals		Comerç	Tfn. mòbil	Asseg.	Transp	Submin.	Rep.	Serv. Fin.	Altres
<b>Total</b>	283	7,4	16,3	2,8	2,5	2,5	2,1	0,7	3,5
<b>Home</b>	39,9	2,1	7,1	1,8	0,7	0,4	0,7	0,0	2,8
<b>Dona</b>	55,5	4,9	8,8	1,1	1,4	2,1	1,4	0,7	0,7
<b>No contesta</b>	4,6	0,4	0,4	0,0	0,4	0,0	0,0	0,0	0,0



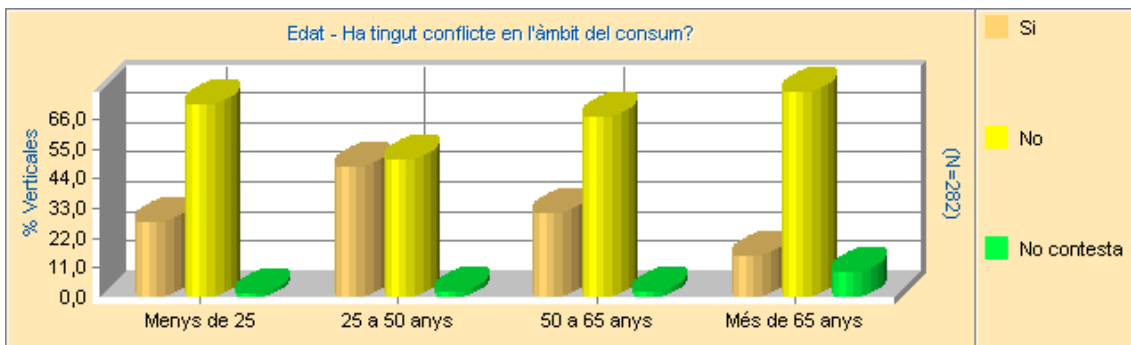
Per tal d'interpretar aquest gràfic cal tenir en compte que la qüestió 2 (sector en que es dona el conflicte) és multiresposta, per tant una mateixa persona pot haver assenyalat més de un sector.

Els sector més conflictiu, de forma destacada, és el de la telefonia mòbil que copen el 16.3% del total de conflictes. En segon lloc torbem els comerços que copen el 7.4%. La resta de sectors són tots per sota el 3% del total.

Pel que al comportament en funció del sexe, les dones mostren una lleugera tendència general cap a una major conflictivitat. Val a dir que en cap sector trobem diferències significatives entre homes i dones.

### 3.2 Conflicte i edat

	Total	P17			
% Verticals		Menys de 25	25 a 50 anys	50 a 65 anys	Més de 65 anys
Total	283	79	119	45	34
<b>Ha tingut conflicte en l'àmbit del consum?</b>					
<b>Sí</b>	35,5	27,8	47,9	31,1	15,2
<b>No</b>	61,3	70,9	50,4	66,7	75,8
<b>No contesta</b>	3,2	1,3	1,7	2,2	9,1



El 61.5% de la població no ha tingut mai un conflicte en l'àmbit del consum, mentre que el 35.5% sí que han tingut.

Si fem l'anàlisi per edats, trobem que els grups d'edats més "conflictius" els trobem al rang mitjà, és a dir, entre els 25 i els 50 anys. En aquest rang la meitat de la població manifesta haver tingut algun tipus de conflicte. A la resta de rangs d'edat trobem que el tant per cent de persones que han tingut conflictes és al voltant del 30%.

## 4 ANÀLISI DE LES RECLAMACIONS

### 4.1 Sector de conflicte i Reclamació

	P2							
% Verticals	Comerç	Tfn. mòbil	Asseg.	Transp.	Submin.	Reparacions	Serv. Fin.	Altres
Total	21	46	8	7	7	6	2	10
<b>Ha fet alguna reclamació o queixa?</b>								
<b>P3A</b>								
<b>Sí</b>	66,7	73,3	75,0	71,4	100,0	66,7	100,0	80,0
<b>No</b>	33,3	20,0	12,5	28,6	0,0	33,3	0,0	20,0



Amb aquest gràfic volem analitzar els sectors en que, havent-hi incidència, es dona un índex de reclamació més alt.

Hi ha dos sectors en que sempre que hi ha hagut un conflicte el consumidor ha interposat una reclamació o queixa. Són els Subministraments bàsics i els Serveis financers. Val a dir que el cas dels Serveis financers es tracta d'una mostra no gaire significativa de dues persones.

A la resta de sectors el tant per cent de persones que tenint un conflicte han interposat reclamació és entre el 65% i el 75%.

## 4.2 Sector de conflicte i Reclamació

	Total	P3A	
% Verticals		<b>Sí</b>	<b>No</b>
<b>Total</b>	283	76	47
<b>Ho va resoldre?</b>			
<b>P3B</b>			
<b>Sí</b>	16,6	55,3	6,8
<b>No</b>	20,3	40,8	54,5
<b>No contesta</b>	63,1	3,9	38,6



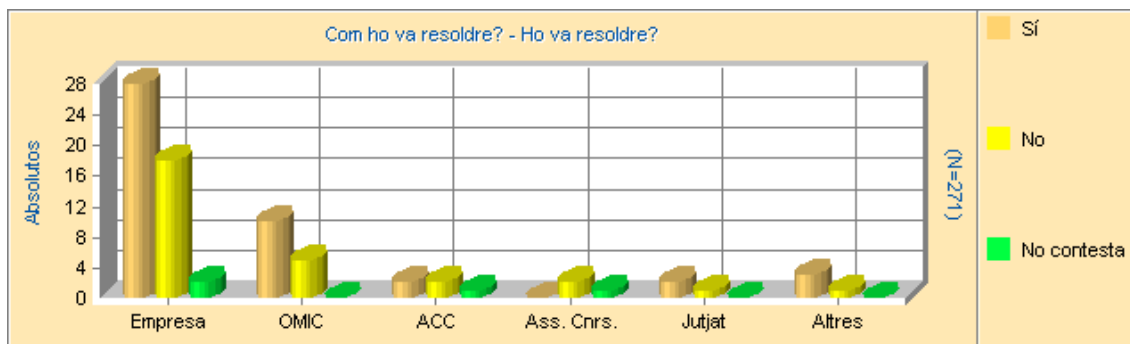
En aquest encreuament veurem el grau d'efectivitat de les reclamacions fetes pels consumidors.

De les 76 persones que van fer alguna reclamació, el 55.3% va resoldre la reclamació mentre que el 40.8% no va poder resoldre la reclamació.

Per tant el grau d'eficàcia de les reclamacions és per sobre del 50%.

### 4.3 Mitjà de resolució i resolució efectiva

	Total	P3C					
Freqüències		<b>Empresa</b>	<b>OMIC</b>	<b>ACC</b>	<b>Ass. Cnrs.</b>	<b>Jutjat</b>	<b>Altres</b>
Total	283	48	15	5	3	3	4
Ho va resoldre?							
P3B							
<b>Sí</b>	45	28	10	2	0	2	3
<b>No</b>	55	18	5	2	2	1	1
No contesta	171	2	0	1	1	0	0



En aquest encreuament intentarem veure quin mitjà fa servir el consumidor per fer les seves reclamacions. També veurem dins de cada mitjà el grau d'efectivitat.

En aquest sentit és molt clar que la majoria dels consumidors fan servir la reclamació a l'empresa com a eina principal per fer queixes. Val a dir que es mostra com un mitjà efectiu, ja que prop del 60% de les queixes s'han resolt de forma satisfactòria pel consumidor.

La següent via de reclamació que trobem és l'OMIC, a la qual es van adreçar 15 consumidors. D'aquests dos terços van resoldre de forma satisfactòria la seva queixa.

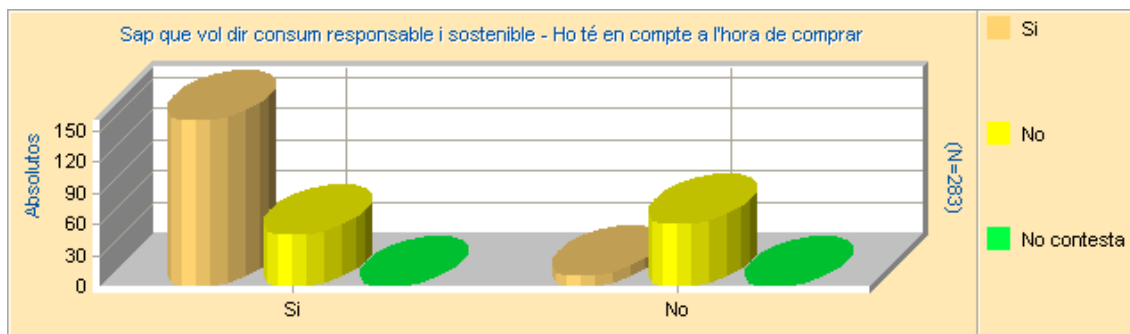
A la ACC (Agència Catalana de Consum) es van adreçar 5 consumidors dels quals dos van resoldre satisfactòriament la reclamació.

La resta de vies tenen mostres inferiors a les tres persones.

## 5 CONEIXEMENTS SOBRE TEMES RELACIONATS AMB EL CONSUM.

### 5.1 Conèixer “Consum responsable” i tenir-ho en compte per comprar

	Total	P5	
Freqüències		<b>Sí</b>	<b>No</b>
Total	283	210	71
<b>Ho té en compte a l'hora de comprar</b>			
<b>P6</b>			
<b>Sí</b>	172	160	11
<b>No</b>	111	50	60



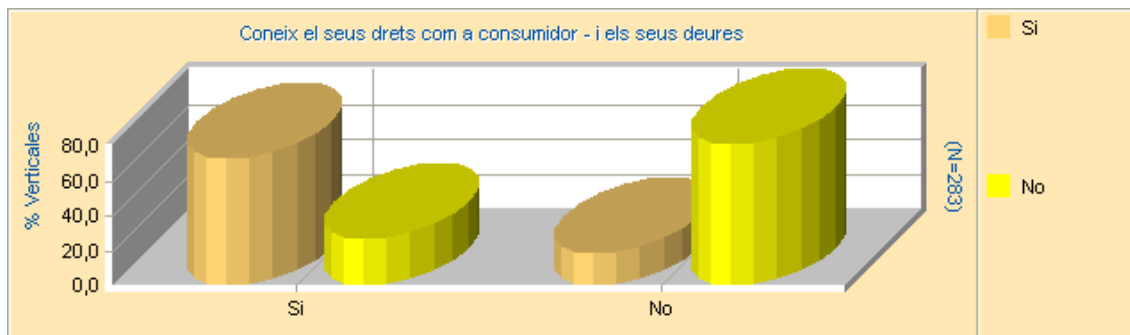
En aquest encreuament pretenem conèixer els consumidors que saben què vol dir consum responsable i d'aquest els que ho tenen en compte alhora de fer les seves compres.

En primer lloc, la majoria dels consumidors (210 sobre 283) coneixen què és el consum responsable.

D'altra banda és destacable que des que saben què és el consum responsable més del 75% ho té en compte alhora de comprar.

## 5.2 Conèixer Drets i Deures del Consumidor

	Total	P7	
% Verticals		<b>Sí</b>	<b>No</b>
Total	283	159	124
<b>i els seus deures</b>			
<b>P8</b>			
<b>Sí</b>	49,5	73,6	18,5
<b>No</b>	50,5	26,4	81,5



En aquest encreuament pretenem saber el grau de coneixement de drets i deures que manifesten tenir els consumidors.

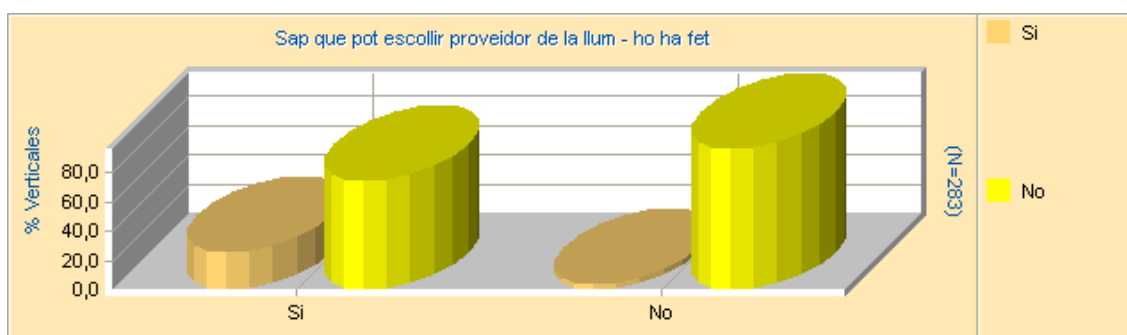
En aquest sentit el coneixement de drets i deures es situa entorn al 50% de la població, essent els drets una mica més coneguts que els deures. De fet dels 159 enquestats que manifesten saber els seus drets, el 74% diu conèixer també els seus deures.

D'altra banda el 81.5% dels que no coneix els seus drets, tampoc coneix els seus deures.



### 5.3 Conèixer “llibertat per escollir proveïdor de llum” i fer-ho.

	Total	P10A	
% Verticals		<b>Sí</b>	<b>No</b>
Total	283	201	81
<b>ho ha fet</b>			
<b>P10B</b>			
<b>Sí</b>	19,4	25,9	3,7
<b>No</b>	80,6	74,1	96,3



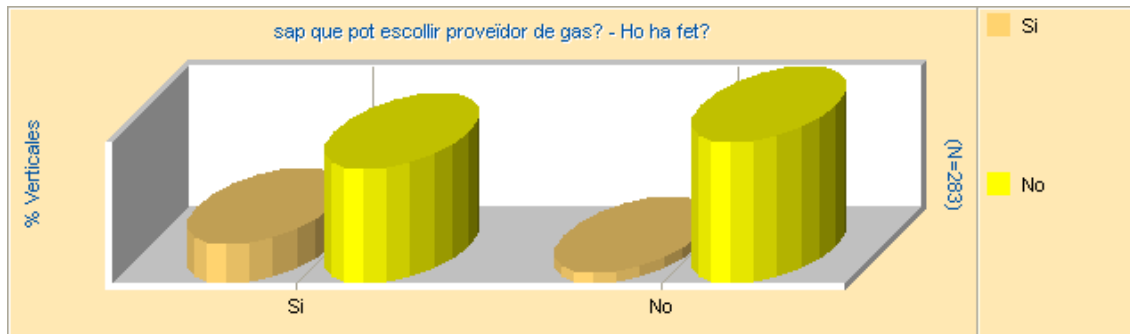
Amb aquest encreuament pretenem contrastar si els consumidors que saben que poden escollir el proveïdor de llum fan efectiva aquesta elecció.

En primer lloc, una ampla majoria dels enquestats (201 sobre 283) coneixen de la seva llibertat per escollir els seu proveïdor de llum.

Dels consumidors que tenen aquest coneixement, un 26% ha fet efectiva la seva llibertat per escollir proveïdor de llum, mentre que el 74% no ho ha fet.

#### 5.4 Conèixer “llibertat per escollir proveïdor de gas” i fer-ho.

	Total	P12A	
% Verticals		<b>Sí</b>	<b>No</b>
Total	283	171	109
<b>P12B</b>			
<b>Sí</b>	18,0	25,1	7,3
<b>No</b>	80,9	74,3	91,7



Aquest encreuament té el mateix propòsit que l’anterior però referit als proveïdors de gas.

Els enquestats tenen un grau de coneixements de la possibilitat d’escollir el proveïdor de gas inferior al del proveïdor de la llum. Tot i això un 60% dels enquestats té aquest coneixement.

Pel que fa al tant per cent de persones que coneixent-ho exerciten aquesta opció, el tant per cent és idèntic al cas de la llum (21.5%).

## 5.5 Conèixer “què són les Associacions de Consumidors, OMIC Bcn i ACC



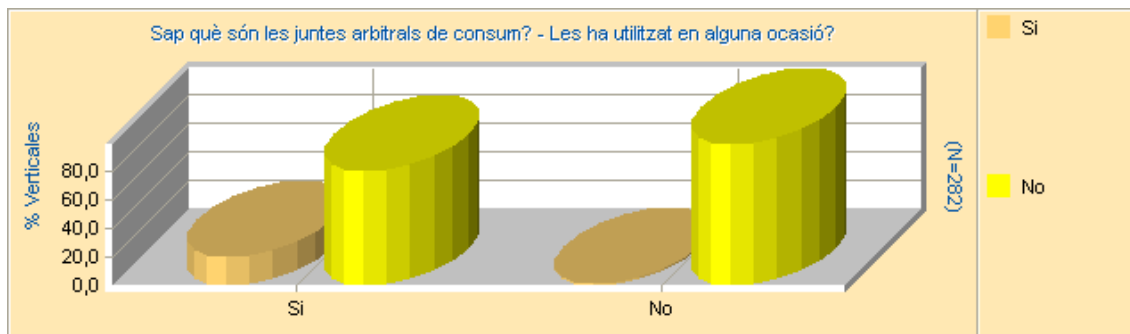
**Llegenda: 1 = Sí, 2 = No**

Amb aquest tres gràfics queda reflectit el grau de coneixement dels consumidors envers les Associacions de Consumidors, l'OMIC i L'ACC.

El que es desprèn és que els enquestats tenen un grau de coneixement més elevat de les Associacions de Consumidors (65%), seguit de la ACC (45%) i en últim lloc tenim l'OMIC Barcelona (31%).

## 5.6 Conèixer què són les Juntes arbitral de consum i utilització

	Total	P14	
% Verticals		<b>Sí</b>	<b>No</b>
Total	283	55	227
<b>Les ha utilitzat en alguna ocasió?</b>			
<b>P15</b>			
<b>Sí</b>	5,0	20,0	1,3
<b>No</b>	95,0	80,0	98,7



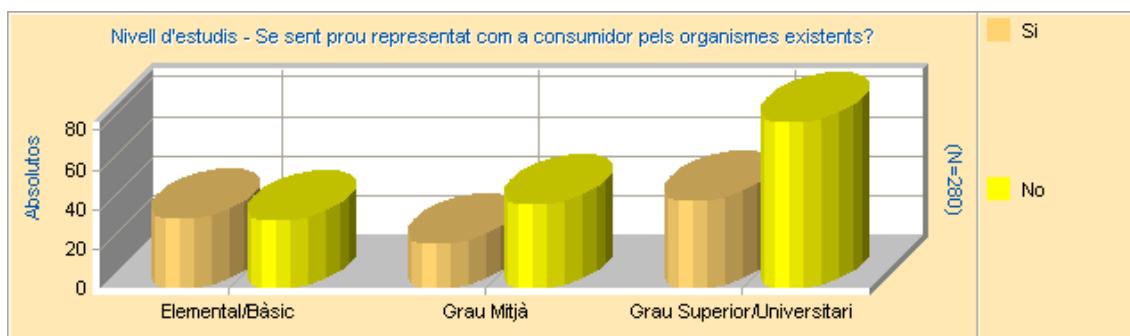
Aquest encreuament ens mostrarà el grau de coneixement i d'ús de les Juntes arbitral de consum.

Pel que fa al coneixement, el 20% dels enquestats coneixen què són les Juntes arbitral de consum.

En referència a l'ús, dels 55 enquestats que saben què són, un 20% (5 enquestats) les han utilitzat en alguna ocasió.

## 5.7 Nivell d'estudis i sentiment de representació per organismes existents

	Total	P21		
Freqüències		Elemental /Bàsic	Grau Mitjà	Grau Superior/ Universitari
Total	283	73	68	131
<b>Se sent prou representat com a consumidor pels organismes existents?</b>				
<b>P16</b>				
<b>Sí</b>	109	35	23	44
<b>No</b>	164	34	42	84



En aquest encreuament constatarem el sentiment de representació dels consumidors pels organismes existents i com afecta sobre aquest el nivell d'estudis.

El 63% dels enquestats no se sent representat per els organismes existents.

Quant més alt és el nivell d'estudis de la població, menys representat se sent com a consumidor.

## 6 CONCLUSIONS

Per tal d'estructurar les conclusions, aquestes les agruparem en funció dels punts de l'estudi:

- Anàlisi dels enquestats:
  - Els nivells d'atur més elevat és donen en la població amb un nivell d'estudis menor.
- Anàlisi dels conflictes:
  - El sector en que es donen més conflictes és en l'àmbit de la telefonia mòbil.
  - El rang d'edat en que els usuaris manifesten haver tingut conflictes és més.
- Anàlisi de les reclamacions:
  - En el sector dels subministraments, quan hi ha conflicte el consumidor acostuma a interposa una reclamació.
  - El 55% de les reclamacions fetes pels consumidors van esser efectives.
  - El mitjà de resolució més efectiu és reclamar a la pròpia empresa.
- Coneixement dels enquestats en temes relacionats amb el consum:
  - Aproximadament el 50% de la població diu tenir coneixement de drets i deures en temes de consum.
  - La majoria d'enquestats coneix la llibertat que tenen per escollir proveïdor de llum o gas. Dels que ho coneixen un 25%, aproximadament, han fet efectiu aquest dret a escollir.
  - Els enquestats tenen un grau de coneixement més elevat de les Associacions de Consumidors (65%), seguit de la ACC (45%) i en últim lloc tenim l'OMIC Barcelona (31%).



## **7 ANNEX**

### **7.1 Carta de presentació prèvia enquesta**

Bon dia/ tarda:

Som un grup de col·laboradors de l'OMIC de Barcelona.

Avui és el dia mundial del consumidor i estem realitzant un estudi entre els consumidors de Barcelona.

Si vostè no te inconvenient, li agrairia que em respongués sincerament a les preguntes que li faré a continuació.

Per la nostra part li garantim que les respostes que vostè ens doni seran totalment confidencials i ens comprometem a no donar-li un us inadequat.

Moltes gracies per la seva participació

Atentament

Investigadors OMIC Barcelona

## 7.2 Formulari enquesta



Districte 2

### 15 DE MARÇ "DIA MUNDIAL DEL CONSUMIDOR" ENQUESTA ALS CONSUMIDORS

**1. HA TINGUT ALGUN CONFLICTE EN L'ÀMBIT DEL CONSUM?**

- SÍ       NO      (En cas negatiu passar a la 5)

**2. EN QUIN/S SECTOR/S?**

- Comerços (roba, calçat i alimentació)       Subministraments bàsics (aigua, llum i gas)  
 Telefonia mòbil i fixa, Internet, etc...       Reparacions i manteniments  
 Assegurances, (llar, salut, vida, cotxe, etc...)       Serveis financers (bancs, caixes, etc...)  
 Transports i serveis turístics       Altres: .....

**3. HA FET ALGUNA RECLAMACIÓ O QUEIXA?**

SÍ       NO

**Ho va resoldre?**

SÍ       NO

Com?:

- Amb l'empresa directament  
 A través dels organismes de consum:  
 L'OMIC de Barcelona  
 Agència Catalana de Consum  
 Altres  
 A través d'una associació de consumidors  
 Presentant demanda al jutjat  
 Altres

**4. CONEIX EL FULLS OFICIALS DE RECLAMACIÓ/DENÚNCIA?**

SÍ       NO

**5. SAP QUÈ VOL DIR CONSUM RESPONSABLE I SOSTENIBLE?**

SÍ       NO

**6. HO TÉ EN COMPTE A L'HORA DE COMPRAR?**

SÍ       NO

**7. CONEIX ELS SEUS DRETS COM A CONSUMIDOR?**

SÍ       NO

Anomeni alguns d'ells: .....

.....

**8. I ELS SEUS DEURES?**

SÍ       NO

Anomeni alguns d'ells: .....

.....



**9. SAP QUE EL MERCAT DE LA LLUM ESTÀ LIBERALITZAT?**

SI  NO

**10. SAP QUE POT ESCOLLIR PROVEÏDOR DE LLUM?**

SI  NO

Ho ha fet?  SI  NO

**11. SAP QUE EL MERCAT DEL GAS ESTÀ LIBERALITZAT?**

SI  NO

**12. SAP QUE POT ESCOLLIR PROVEÏDOR DE GAS?**

SI  NO

Ho ha fet?  SI  NO

**13. SAP QUE SÓN:**

Les Associacions de Consumidors?  SI  NO

L'OMIC de Barcelona?  SI  NO

L'Agència Catalana del Consum?  SI  NO

**14. SAP QUÈ SÓN LES JUNTES ARBITRALS DE CONSUM?**

SI  NO

**15. LES HA UTILITZAT EN ALGUNA OCASIÓ?**

SI  NO

**16. SE SENT PROU REPRESENTAT COM A CONSUMIDOR PELS ORGANISMES EXISTENTS?**

SI  NO

---

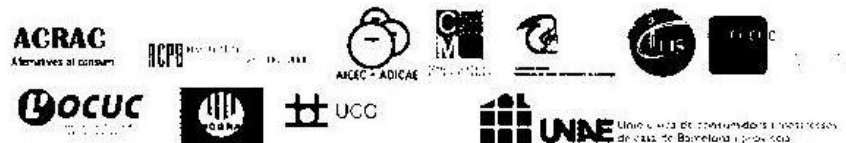
**DADES DE L'ENQUESTAT:**

Edat:  menys de 25  25-50 anys  50-65 anys  més de 65  
Sexe:  Home  Dona  
Professió/ocupació: .....  
Nivell d'estudis:  Elemental / bàsic  Grau Mitjà  Grau Superior/ Universitari  
Codi postal: .....

---

**Moltes gràcies per la seva col·laboració!!**

Associacions participants



Entitat col·laboradora



### **7.3 Relació de participants al projecte**

En aquest projecte han treballat conjuntament i de forma activa persones de l'OMIC de Barcelona i de l'IESM Lluïsa Cura, els col·laboradors d'aquest centre han estat:

- Javier Fortaleza
- Aitor Sobrino
- Sandra Alcalde
- Roser Barber
- Francesc Ríos
- Meritxell García
- Luca Pisani
- Marc Folch
- Christian Jato
- Pere Massagué
- Cecília Marín
- Montse Ribera
- Anna Murcia
- Alba Junyeny
- Africa Pettoello
- Marta Lluch
- Javier Rabal
- Carles Rovira
- Minerva González
- Edison Jiménez
- Elsa Nin
- Bea Latasa
- Oscar Sevillano

### **7.4 Documentació CD**

- Document de la investigació en format electrònic.
- Recull de les dades d'anàlisi en format excel.
- Còpia seguretat Gandia Barbwin