

**Estudi de les actituds i el comportament dels adolescents
catalans en relació al consum**

Enquesta encarregada per l'Institut Català del Consum

Març de 2004

RPEEO 283



CONSULTORIA
ESTRATEGICA

El consum responsable

**Estudi de les actituds i el comportament
dels adolescents catalans en relació al consum**



Generalitat de Catalunya
Institut Català del Consum

Març de 2004
Referència 15.979

RPEO 283



CONSULTORIA
ESTRATEGICA

Direcció

Enric Renau

Direcció tècnica

Ruth Sunyol

Responsable del projecte

Montserrat Martínez

Equip tècnic

Anna Torrijos

Blanca Tomé

Contacte

Pau Claris, 128 4t 1a 08009 BARCELONA

Tel. 93-215 13 65

Fax 93-467 76 38

dep@dep.net

www.dep.net

	<i>Pàgina</i>
I. Introducció	1
I.1. Presentació i objectius	2
I.2. Metodologia.....	4
II. Actituds envers el consum	8
II.1. Gust per comprar.....	9
II.2. En què es fixen a l'hora de comprar.....	10
II.3. Motius de decisió final.....	12
III. Descripció de les assignacions econòmiques	13
III.1. Disposició de diners i quantitat	14
III.2. Donant dels diners i temporalitat de la paga.....	16
III.3. Estalvi	18
IV. Hàbits de compra	19
IV.1. Quantitat de despesa	20
IV.2. Destinació dels diners	21
IV.3. Freqüència de compra mensual.....	23
IV.4. Acompanyant de les compres.....	24
IV.5. Decisor de la compra	27

Pàgina

V. Consum de televisió, telèfon mòbil i Internet	28
V.1. Televisió.....	29
V.2. Telèfon mòbil	31
V.3. Internet	33
VI. El consum responsable	38
VI.1. Actituds i comportaments de consum responsable	39
VI.2. La reclamació	42
VI.3. Notorietat i educació envers el consum responsable.....	44
VII. Annex: Qüestionari.....	47

I. Introducció

I.1. Presentació i objectius

- En el Dia Mundial del Consumidor, que se celebra el 15 de març de 2004, l'Institut Català del Consum té la intenció de fer una presentació sobre els adolescents i el consum responsable, i vol complementar les dades de que ja disposa sobre productes concrets, amb dades noves relatives a aquesta temàtica.
- És per aquest motiu que **l'Institut Català del Consum** ha sol·licitat el present estudi a **DEP Consultoria Estratègica**, empresa especialitzada en estudis sociològics i de mercat i amb una àmplia experiència en l'estudi de segments joves de població, amb la finalitat de realitzar una investigació sobre les **actituds i comportaments dels adolescents catalans en relació al consum i l'actitud envers l'educació en el consum responsable**.
- De forma desglossada, els diferents **objectius concrets** a cobrir per aquest estudi són els següents:
 - **Actituds dels adolescents envers el consum.**
 - ✓ Gust per comprar.
 - ✓ En què es fixen a l'hora de comprar.
 - ✓ Motius de decisió final.
 - **Descripció de les assignacions econòmiques.**
 - ✓ Disposició de diners i quantitat.
 - ✓ Donant dels diners i temporalitat de la paga.
 - ✓ Estalvi.
 - **IV. Hàbits de compra**
 - ✓ Quantitat de despesa.
 - ✓ Destinació dels diners.
 - ✓ Freqüència de compra mensual.
 - ✓ Acompanyant de les compres.
 - ✓ Decisor de la compra.

- **Consum de televisió, telèfon mòbil i Internet.**
 - ✓ Televisió.
 - ✓ Telèfon mòbil.
 - ✓ Internet.

- **El consum responsable.**
 - ✓ Actituds i comportaments en relació al consum responsable.
 - ✓ La reclamació.
 - ✓ Notorietat i educació envers el consum responsable.

I.2. Metodologia

A. Procés metodològic

□ Per tal d'assolir els objectius descrits anteriorment, s'han seguit les següents etapes:

- Disseny del qüestionari.
- Disseny de la mostra.
- Treball de camp.
- Depuració i codificació de les respostes.
- Explotació estadística dels resultats.
- Anàlisi de les dades.
- Informe de resultats.

I. Introducció

Adolescents i consum

□ A continuació s'especifiquen els estrats i quotes de mostreig.

Taula 1: Territori

Territori	%	Entrevistes
Barcelona	75,0	450
BCN ciutat	20,0	120
Resta AMB	48,3	290
Resta BCN	6,7	40
Girona	9,0	54
Lleida	5,7	34
Tarragona	10,3	62
Total	100,0	600

Taula 2: Grandària municipal

Nombre d'habitants	%	Entrevistes
Barcelona	20,0	120
De 100.000 a 500.000	20,8	125
De 20.000 a 100.000	28,0	168
De 5.000 a 20.000	18,5	111
Menys de 5.000	12,7	76
Total	100,0	600

Taula 3: Sexe

Sexe	%	Entrevistes
Home	51,3	308
Dona	48,7	292
Total	100,0	600

Taula 4: Trams d'edat

Trams d'edat	%	Entrevistes
12 a 13 anys	26,3	158
14 a 16 anys	42,3	254
17 a 18 anys	31,3	188
Total	100,0	600

C. Lectura de les taules de l'informe

- Com a guia de lectura de les dades que apareixen a les taules cal tenir present el següent:
- Les dades de les taules estan en percentatge i la seva lectura és vertical, excepte que s'indiqui el contrari.
 - Les bases de resposta s'indiquen a totes les taules i gràfics.
 - Al peu de les taules s'especifica el caràcter de la pregunta a la que fa referència.
 - ✓ Les preguntes són SIMPLES (una única resposta) si no s'indica el contrari. En el cas de les preguntes MÚLTIPLES (possibilitat de més d'una resposta) els percentatges verticals sumen més de cent.
 - ✓ Finalment, si no s'indica el contrari la formulació de la pregunta és SUGGERIDA, el que vol dir que s'ofereixen a l'entrevistat les possibilitats de la resposta. Quan s'indica que la pregunta és ESPONTÀNIA, vol dir que les respostes no estan definides prèviament.
 - A part de la dada global, l'informe destaca els trets diferencials en relació a variables d'interès (sexe i edat) quan els valors són estadísticament significatius. Aquests valors, es marquen a les taules amb ombrejat.

II. Actituds envers el consum

II.1. Gust per comprar

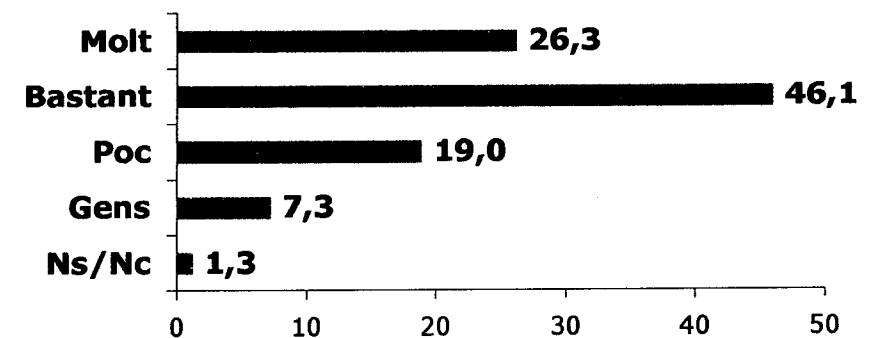
Taula 5: Em podries dir quina és la teva principal afecció o hobby?

Hobby	Total (%)
Activitats esportives	37,3
Sortir amb els amics	15,3
Escoltar música	11,5
Dansa i ball	5,0
Jocs electrònics/informàtics (consola, pc..)	4,8
Anar al cinema	4,0
Llegir	3,2
Món del motor (cotxes, motos, etc.)	2,5
Internet (Navegar/Xatejar)	2,2
La informàtica	1,8
Jocs altres (no electrònics ni informàtics)	1,8
Veure la TV	1,7
Estudiar (en general i música)	1,3
Arts plàstiques (pintura i manualitats)	1,2
Còmics	1,2
Comprar	0,8
Altres (passejar, sortir amb la parella, dormir, anar a l'escola, els animals)	1,3
Cap, no en tinc	1,5
Ns/Nc	1,5
Base	600

ESPONTÀNIA

- Les principals afeccions dels adolescents catalans són realitzar activitats relacionades amb l'esport (37,3%), sortir amb els amics (15,3%) i escoltar música (11,5%). De manera espontània, tant sols el 0,8% menciona 'anar a comprar' com a principal afecció o hobby.
- Això no obstant, de manera suggerida el **72,4% dels adolescents afirma que li agrada molt o bastant anar a comprar-se coses per a ells.**
 - Com a tret diferencial, cal destacar un major gust per la compra entre les noies (87,0% molt o bastant) que entre els nois (58,4% molt o bastant).

T'agrada anar a comprar-te coses?



Base: 600

II.2. En què es fixen a l'hora de comprar

- A l'hora de comprar-se coses, els adolescents es fixen, en primer lloc, en el preu de producte (30,8%), seguit de les seves característiques estètiques o del disseny (25,6%). Només el 2,5% esmenta que té en compte que el que compra li sigui útil o necessari.
- Com a trets diferencials cal destacar que entre les noies hi ha una major tendència a fixar-se en el preu (34,2%), en que el producte estigui de moda (13,4%), en que el producte sigui roba (9,6%) i en els colors (7,9%). En canvi, els nois afirmen fixar-se més que les noies en que els hi agradi (13,6%) i en la relació qualitat/preu (6,2%).
 - Pel que fa a l'edat, s'observa que entre els més joves, de 12 i 13 anys, es destaca més el fet que el producte estigui de moda (12,0%), i que els agradin els colors (8,2%). En canvi, els nois i noies de 14 a 16 anys busquen amb major freqüència que el producte sigui roba (10,6%). Finalment, els joves de 17 i 18 anys són els que més es fixen en el preu (44,1%) i en la relació qualitat/preu (6,9%).

Taula 6: A l'hora de comprar-te coses, en què et fixes més?

En què es fixen a l'hora de comprar-se coses	Total (%)
En el preu	30,8
En el disseny, estètica	25,6
Que s'adeqüi al seu gust, que li agradi	12,0
En els colors (llampants, discrets, en general...)	6,0
Altres aspectes estètics (forma, imatge, model, que sigui bonic)	4,0
En l'estil (que sigui del meu estil, o d'un estil en concret)	2,8
En el disseny i originalitat	0,8
Que estigui de moda (modern, actual, última tendència...)	9,2
En que sigui un producte en concret	7,8
En que sigui roba	6,5
En que siguin jocs	1,3
En la marca	7,5
En que sigui de qualitat	6,0
En la relació qualitat/preu	4,2
En que sigui útil o necessari	2,5
En qüestions pràctiques (utilitat, comoditat)	2,2
Necessitat (que ho necessiti)	0,3
Altres (tot en general, res en concret, comprar ràpid...)	3,2
Ns/Nc	11,7
Base	600

ESPONTÀNIA, MÚLTIPLE

II. Actituds envers el consum

Adolescents i consum

- ❑ **7 de cada 10 adolescents acostumen a comprar-se coses que estan de moda.** Aquest fet es dona en més entre les noies (78,1%) que entre els nois (62,7%).
- ❑ **El gust per tenir productes de marques i noms coneguts també és majoritari (62,0%).** Cal destacar, que aquesta tendència es especialment més elevada entre els nois (65,6%) que entre les noies (58,2%).
- ❑ Contràriament, el fet de comprar productes que han vist anunciats o tenir els mateixos productes i marques que els amics o companys no és una tendència majoritària entre els adolescents. Així, els adolescents no correlacionen directament el fet que un producte estigui de moda o sigui de marca coneguda amb el fet que s'anuncií o el tinguin els amics o companys. Possiblement, aquesta no correlació directa pot estar influïda per no voler afirmar de manera explícita un 'mimetisme' o 'còpia' entre els adolescents del mateix grup, a l'hora que es reivindica la seva pròpia personalitat, ja que aquest fet es fa més palès a mesura augmenta l'edat de l'adolescent.
- Així entre els adolescents de 12 a 13 anys és força més elevat el fet de comprar productes que han vist anunciats (45,6%), d'agradar-los tenir les mateixes marques que les que tenen els amics o companys (43,7%) i de comprar els mateixos productes que es compren aquests amics o companys (37,3%). Aquestes xifres disminueixen amb l'edat.

Taula 7: Influències en la compra de productes (% de sí)

Influències	Total (% sí)	Sexe		Edat (anys)		
		Nois	Noies	12 a 13	14 a 16	17 a 18
Acostumes a comprar-te coses que estan de moda?	70,2	62,7	78,1	72,8	73,2	63,8
T'agrada tenir coses de marques i noms coneguts?	62,0	65,6	58,2	63,3	63,8	58,5
Acostumes a comprar productes que has vist anunciats?	39,8	37,7	42,1	45,6	39,0	36,2
T'agrada tenir coses de les mateixes marques que les que tenen els teus amics o companys?	36,8	38,3	35,3	43,7	36,6	31,4
T'agrada comprar les mateixes coses que es compren els teus amics o companys?	29,3	30,2	28,4	37,3	30,3	21,3
Base	600	308	292	158	254	188

II.3. Motius de decisió final

- La majoria d'adolescents (57,7%) afirma que el preu és el factor clau per decidir-los finalment a comprar un producte, seguit de la qualitat del mateix (44,0%).
 - Com a trets diferencials cal destacar que, a l'hora de prendre la decisió final de comprar un producte, entre les noies és més elevada la menció del preu, el fet que estigui de moda i l'opinió dels pares, mentre que entre els nois té més pes la qualitat del producte, la marca i l'opinió del venedor.
 - Pel que fa a l'edat, entre els més joves destaca l'opinió dels pares o del venedor, i entre els de 17 i 18 anys, el preu del producte és el factor que influeix majoritàriament en la decisió de compra.

Taula 8: Dels següents motius, quins són els que finalment et fan decidir comprar un producte?

Motius	Total (%)	Sexe		Edat (anys)		
		Nois	Noies	12 a 13	14 a 16	17 a 18
El preu	57,7	54,5	61,0	43,7	56,3	71,3
La seva qualitat	44,0	47,1	40,8	35,4	47,6	46,3
Que estigui a la moda	26,7	21,8	31,8	27,2	26,8	26,1
L'opinió dels pares	20,3	16,9	24,0	34,2	18,5	11,2
La marca	20,2	22,7	17,5	20,9	22,4	16,5
L'opinió del venedor	3,3	4,9	1,7	5,1	2,0	3,7
Base	600	308	292	158	254	188

MÚLTIPLE

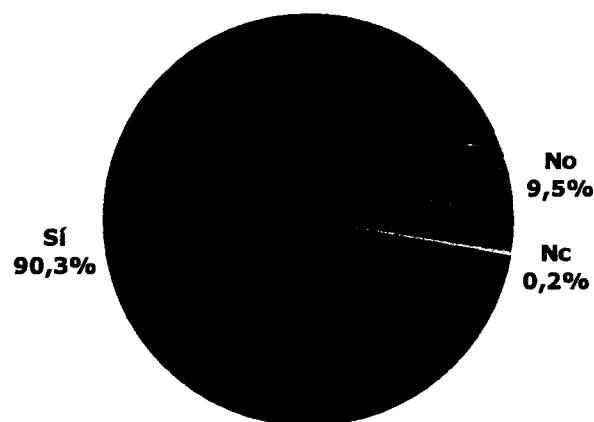
***III. Descripció de les assignacions
econòmiques***

III.1. Disposició de diners i quantitat

□ El 90,3% dels adolescents disposa d'una assignació econòmica per a les seves despeses personals.

- Aquesta xifra és més elevada entre els nois (92,9%) i entre els joves de 17 a 18 anys (95,7%).

**Disposes de diners
per a les teves despeses?**



Base: 600

Sexe i edat	% Sí	Base
Nois	92,9	308
Noies	87,7	292
12 a 13 anys	84,8	158
14 a 16 anys	89,8	254
17 a 18 anys	95,7	188

III. Assignacions econòmiques

Adolescents i consum

- De mitjana, els adolescents disposen de gairebé 20 € a la setmana, el que suposa uns 80 € al mes (més de 13.000 de les antigues pessetes).

Així, la meitat dels adolescents (50,7%) disposa de fins a 10 € a la setmana i, el 29,2%, d'11 a 20 € setmanals. Finalment, 2 de cada 10 joves (20,1%) poden gaudir de més de 20 € a la setmana.

- Entre els nois, la quantitat mitjana de diners setmanals és més elevada (22,30 €) que entre les noies (16,20 €), com ho és també per als joves de 17 a 18 anys (29,20 €), en relació als d'altres edats.

Taula 9: Més o menys, de quants diners propis disposes a la setmana?

Diners (€) a la setmana	Total (%)
Menys de 5	7,2
Entre 5 i 10	43,5
Entre 11 i 15	15,1
Entre 16 i 20	14,1
Entre 21 i 25	2,8
Entre 26 i 30	7,1
Més de 30	10,2
Base (disposa diners, vàlida) ¹	538
MITJANA	19,3
Base mitjana (disposa diners) ²	442

¹ S'exclouen els 'no contesta' (5 casos).

² Mencionen xifra exacta.

Sexe i edat	Mitjana (€)	Base
Nois	22,30	228
Noies	16,20	214
12 a 13 anys	10,20	104
14 a 16 anys	17,00	195
17 a 18 anys	29,20	143

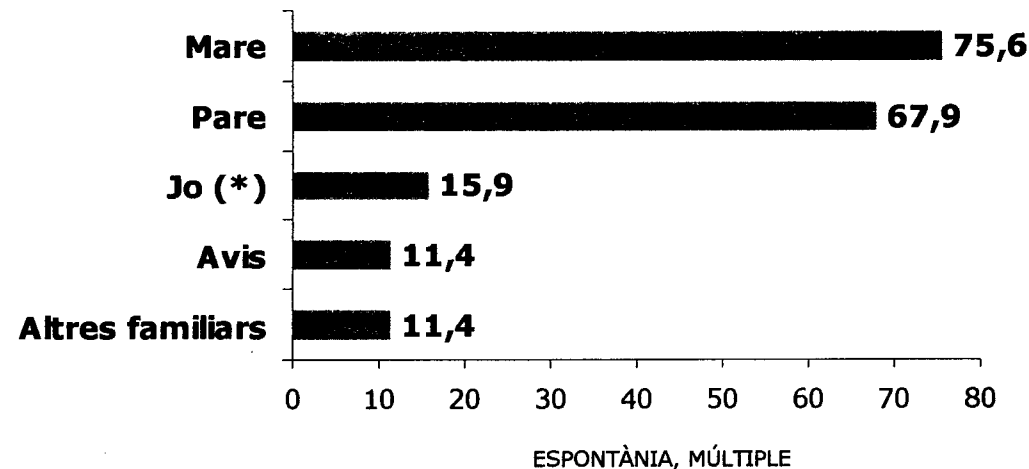
III.2. Donant dels diners i temporalitat de la paga

- Els pares són els que donen els diners a l'adolescent en la gran majoria dels casos. Així, el 75,6% menciona que és la mare la que li proporciona els diners, mentre que en el 67,9% també és el pare. Aquests percentatges fan que **el 87,5% dels adolescents hagin mencionat que són el pare i la mare la font principal dels diners.**

Amb menys freqüència, altres fonts són el propi treball del jove, els avis i/o altres familiars.

- La menció de la mare com a donant dels diners és més elevada entre les noies (80,1%). Pel que fa a l'edat, entre els adolescents de 12 a 13 anys també són importants els avis (17,0%) i altres familiars, com ara els germans (17,0%). Lògicament, el jove com a pròpia font de diners és més freqüent entre els de 17 a 18 anys (38,9%).

Qui et dona aquests diners?



Base (disposa d'assignació econòmica), casos vàlids: 542
(* El 13,9% del total ha afirmat que treballa o treballa i estudia.

III. Assignacions econòmiques

Adolescents i consum

- D'altra banda, el **51,4% dels adolescents té fixada una temporalitat en l'assignació**. El més freqüent és rebre **diners un cop per setmana** (43,4%), seguit de rebre'ls només quan es demanen (41,2%).
 - El fet de rebre la 'setmanada' és més habitual entre els adolescents de 12 a 13 anys (53,0%), mentre que entre els 14 i els 16 anys és més freqüent només demanar-los (45,1%). Entre els joves de 17 a 18 anys, té més pes l'assignació mensual (21,8%) que entre els d'altres edats.
- **Independentment de tenir o no una assignació prefixada, el 48,6% dels adolescents rep diners quan els demana**. Aquesta característica es dona en major freqüència entre els joves de 14 a 16 anys (52,7%).

Taula 10: Et donen una 'paga' al mes, una 'paga' a la setmana o et donen diners quan els demanes?

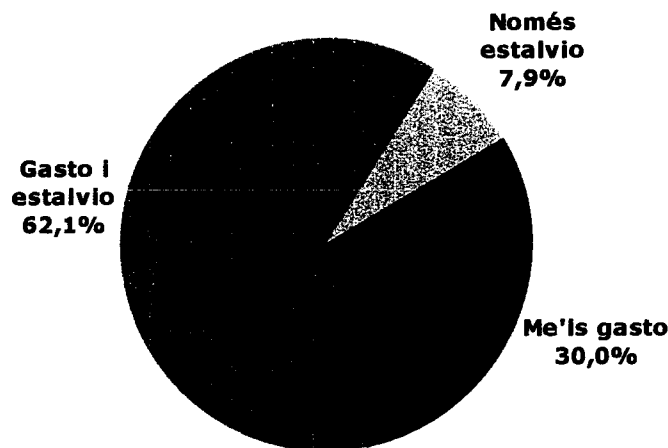
Temporalitat de l'assignació	Total (%)
Cada setmana	43,4
Només una a la setmana	39,1
Una a la setmana més quan demano	4,3
Només els demano	41,2
Cada mes	15,4
Només una al mes	12,3
Una a la mes més quan demano	3,1
<i>Base vàlida (disposa de diners)*</i>	<i>512</i>

* S'exclouen els no contesta (31 casos)

III.3. Estalvi

- La majoria dels adolescents (62,1%) afirma gastar una part dels diners que rep, i destinar l'altra part a l'estalvi. D'altra banda, mentre que 3 de cada 10 es gasten tot el que els hi donen, el 7,9% estalvia tot el que rep.
- Entre les noies és més habitual el fet d'estalviar una part dels diners (66,8%) que entre els nois (57,8%), ja que aquests últims afirmen en major mesura que principalment se'ls gasten tots (33,1%).
- Pel que fa a l'edat, entre els adolescents de 12 a 13 anys està més present que en altres edats el fet de només estalviar els diners que els donen (14,8%). Gastar diners però estalviar-ne una part és més comú entre els joves de 14 a 16 anys (68,0%), mentre que el fet de gastar-ho tot té més pes entre els de 17 a 18 anys (40,0%).

Què fas amb els diners?



Base (disposa d'assignació econòmica): 543

IV. Hàbits de compra

IV.1. Quantitat de despesa

- De mitjana, els adolescents es gasten uns 14 € a la setmana, el que fa una despesa d'uns 56 € al mes (més de 9.000 de les antigues pessetes).

Així, la majoria dels adolescents (66,8%) gasta fins a 10 € a la setmana i, el 22,7%, d'11 a 20 € setmanals. Finalment, el 10,5% té més de 20 € de despesa a la setmana.

- Entre els nois, la quantitat mitjana de despesa setmanal és més elevada (14,79 €) que entre les noies (12,71 €), com ho és també per als joves de 17 a 18 anys (20,86 €), en relació als d'altres edats. Aquesta tendència és la mateixa que per a les assignacions rebudes.

Taula 11: Més o menys, quants diners et gastes habitualment, a la setmana?

Diners (€) a la setmana	Total (%)
Res o gairebé res	8,1
Menys de 5	17,6
Entre 5 i 10	41,1
Entre 11 i 15	13,1
Entre 16 i 20	9,6
Més de 20	10,5
Base (disposa diners, vàlida) ¹	533
MITJANA	13,74
Base mitjana (disposa diners) ²	386

¹ S'exclouen els 'no contesta' (10 casos).

² Mencionen xifra exacta.

Sexe i edat	Mitjana (€)	Base
Nois	14,79	192
Noies	12,71	194
12 a 13 anys	6,47	78
14 a 16 anys	11,62	176
17 a 18 anys	20,86	132

IV.2. Destinació dels diners

- **Sortir amb els amics (40,4%) i els productes de vestir, el calçat o complements (28,4%) són les destinacions principals dels diners dels adolescents catalans.**

A continuació, es gasten els diners en anar al cinema, en coses per menjar com ara productes de pastisseria o txutxeries i en anar a concerts o a discoteques.

- Entre les noies, la menció de despesa en vestit, calçat i complements és força més elevada (43,1%) i és la primera font de despesa. Pel que fa als nois, el més habitual és la despesa en sortir amb els amics, però destaca la major menció que les noies dels jocs d'ordinador o consola (17,6%) i dels productes de pastisseria o txutxeries (16,5%).
- Respecte a l'edat, cal dir que la principal font de despesa per als adolescents de 12 a 13 anys són els productes de pastisseria o txutxeries (29,6%), i destaca també més que en altres edats la despesa en còmics (16,5%), jocs d'ordinador i consola (15,7%) i llibres (7,0%), - aquest últim fet probablement lligat al fenomen de les aventures del mag Harry Potter.

Els adolescents de 14 a 16 anys mencionen les sortides amb els amics com a principal despesa de diners (36,8%). No obstant, és més característic d'aquest tram d'edat que d'altres el fet de gastar els diners en Cds, discs i casets de música (12,7%).

Finalment, la majoria de joves del grup de 17 a 18 anys (54,3%) principalment es gasten els diners en les sortides amb amics. També destaquen més que les altres edats en les despeses en concerts i discoteques (23,7%), locals de Fast Food i bars (11,0%), tabac (10,4%) i transports (5,2%).

Taula 12: Principalment, en què et gastes els diners?

Tipus de producte	Total (%)	Sexe		Edat (anys)		
		Nois	Noies	12 a 13	14 a 16	17 a 18
Sortir amb els amics	40,4	39,1	41,8	26,1	36,8	54,3
Vestit, calçat, complements	28,4	14,9	43,1	23,5	32,1	27,2
Anar al cinema	19,2	19,2	19,2	16,5	20,8	19,1
Coses per menjar (txutxes...)	13,2	16,5	9,6	29,6	12,3	3,5
Concerts-discoteques	12,2	10,7	13,8	0,9	9,0	23,7
Cds, discs, casets de música	10,2	11,5	8,8	8,7	12,7	8,1
Jocs d'ordinador, consola	9,6	17,6	0,8	15,7	11,3	3,5
Còmics	8,0	8,8	7,1	16,5	8,0	2,3
Locals de Fast Food, Bars	7,6	8,4	6,7	-	9,0	11,0
Tabac	5,4	5,4	5,4	-	4,2	10,4
Telefonia mòbil	4,6	3,4	5,9	6,1	2,4	6,4
Begudes	4,2	4,6	3,8	4,3	2,8	5,8
Llibres	4,0	3,1	5,0	7,0	4,2	1,7
Regals	3,8	3,1	4,6	4,3	2,8	4,6
Estudi-cultura	3,4	3,1	3,8	2,6	4,2	2,9
Transports	2,8	3,1	2,5	-	2,4	5,2
Altres (cosmètics, perruqueria...)	2,4	1,5	3,3	0,9	3,3	2,3
<i>Base (disposa d'assignació econòmica i gasta)</i>	<i>500</i>	<i>261</i>	<i>239</i>	<i>115</i>	<i>212</i>	<i>173</i>

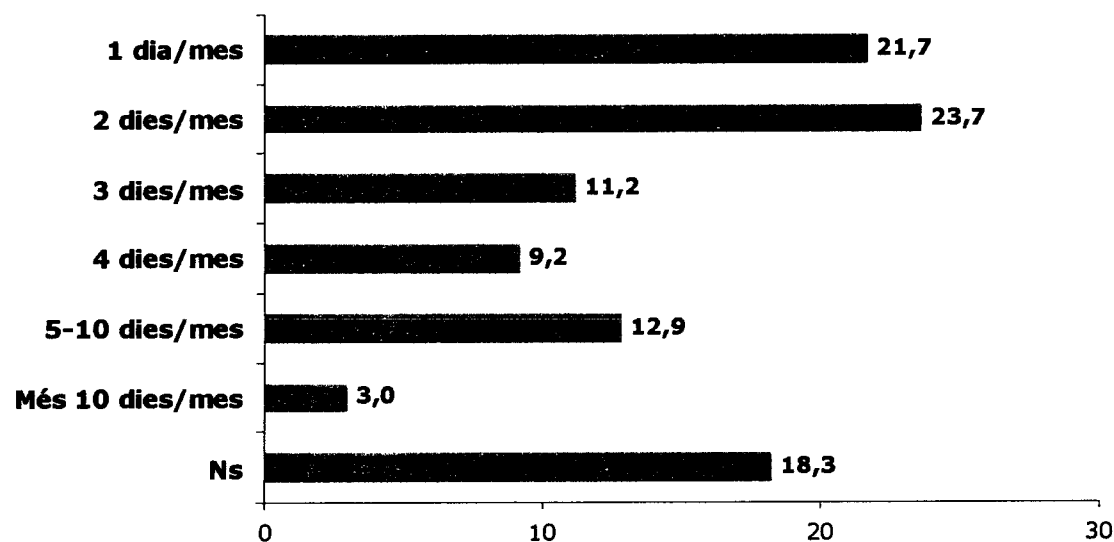
ESPONTÀNIA, MÚLTIPLE

IV.3. Freqüència de compra mensual

- Pel que fa referència a comprar productes, la mitjana de dies al mes destinats a la compra és de 3,5 dies, tot i que un elevat 18,3% no sap precisar aquesta dada.

Així, el 45,4% dels adolescents afirma dedicar a la compra de productes 1 ó 2 dies al mes, mentre que el 20,4% va a comprar-se articles 3 ó 4 dies al mes. Destinar 5 o més dies al mes per anar a comprar és menys freqüent (15,9%).

**Aproximadament quants dies
al mes et compres coses?**



ESPONTÀNIA

Base: 600

IV.4. Acompanyant de les compres

- **El més habitual entre els adolescents és anar acompanyat d'ambdós pares a l'hora de sortir a comprar (35,0%).** A continuació, anar-hi amb els amics (27,5%) o només amb la mare (24,5%) també és característic dels adolescents.
- No obstant aquesta dada general, entre les noies la menció de les amigues (30,8%) i de la mare (30,8%) és força més elevada i és el més habitual. Pel que fa als nois, el més habitual és comprar amb el pare i la mare (40,9%), però destaca la major menció que les noies del fet d'anar sols a comprar (7,5%).
 - Respecte a l'edat, és més característic dels adolescents de 12 a 13 anys comprar amb ambdós pares (53,8%) o anar només amb la mare (36,1%). Anar a comprar amb els amics es dona a partir dels 14 anys, especialment entre els 17 i 18 anys (42,6%), i passa a ser el més habitual entre aquestes edats. A més, els joves de 17 a 18 anys també mencionen més que la resta d'edats anar a comprar sols (8,0%) o bé amb la parella (6,4%).

Taula 13: Amb qui acostumes a anar a comprar-te coses?

Persona	Total (%)	Sexe		Edat (anys)		
		Nois	Noies	12 a 13	14 a 16	17 a 18
Pare i la mare	35,0	40,9	28,8	53,8	33,9	20,7
Amics	27,5	24,4	30,8	1,9	32,3	42,6
Mare	24,5	18,5	30,8	36,1	22,4	17,6
Sol	4,8	7,5	2,1	2,5	3,9	8,0
Parella	2,5	2,9	2,1	-	1,2	6,4
Germà/ns	2,3	2,6	2,1	1,3	3,1	2,1
Altres familiars	2,2	1,6	2,7	2,5	2,4	1,6
Pare	1,2	1,6	0,7	1,9	0,8	1,1
Base	600	308	292	158	254	188

ESPONTÀNIA

- Si bé el més habitual és anar a comprar amb els dos pares, els adolescents prefereixen sortir a comprar amb els amics (56,8%). Anar a comprar amb la mare (13,8%) o amb els pares (12,2%) és força menys atractiu.
- Comparativament, entre les noies la menció de les amigues (60,6%) i de la mare (18,2%) és força més elevada que entre els nois. Aquests, tot i preferir també els amics (53,2%), destaquen per una major preferència que les noies a anar a comprar amb els pares (15,3%) o sols (6,8%).
 - Respecte a l'edat, si bé tots els trams prefereixen comprar amb els amics, aquest fet és més elevat entre els joves de 14 a 16 anys (64,2%) i els de 17 a 18 anys (62,2%). La menció de la mare (27,2%) o d'ambdós pares (22,2%) és més freqüent entre els adolescents de 12 a 13 anys, mentre que els més grans destaquen per preferir, en major mesura que les altres edats, anar a comprar amb la parella (7,4%).

Taula 14: Amb qui t'agrada més anar a comprar-te coses?

Persona	Total (%)
Amb els amics	56,8
Mare	13,8
Amb el pare i la mare	12,2
Sol	4,3
Germà/germans	3,8
Amb la parella	3,3
Pare	1,8
Amb altres familiars	1,8
Ns/Nc	2,0
Base	600

ESPONTÀNIA

IV. Hàbits de compra

Adolescents i consum

- En la preferència per sortir a comprar amb els amics tenen més pes les afinitats amb el gust, la diversió, el fet de disposar d'una major llibertat per triar, el coneixement que els amics tenen de la moda, el fet que no estan a sobre com els pares i el tenir la mateixa edat.
- En canvi, la preferència per comprar amb la mare es basa majoritàriament en les opinions, consells i confiança que la mare dóna a l'adolescent. Finalment, entre els adolescents que prefereixen sortir a comprar amb els dos pares conjuntament tenen molt pes les opinions i consells que aquests li donen a l'adolescent, però, alhora, prefereixen comprar amb els pares per què són els que paguen i així també poden adquirir més productes.

Taula 15: Per què t'agrada més anar a comprar amb...?

Motiu	Amics (%)	Mare (%)	Ambdós pares (%)
Afinitats de gust (té/tenen els mateixos gustos que jo)	21,1	1,2	2,7
És divertit (s'ho passa millor...)	19,9	-	1,4
Per les opinions i consells que dóna/donen per escollir i decidir	19,6	59,0	30,1
Major llibertat (per escollir, no donar explicacions, puc comprar el que vull...)	13,8	4,8	1,4
Qüestió de confiança (sinceritat, m'entén millor, comprensió...)	3,8	7,2	2,7
Perquè fan més coses a part de comprar (van a prendre alguna cosa, a passejar, sortir per la nit)	2,3	-	1,4
Coneix més la moda, està al dia, és més actual, més modern	2,3	-	-
Pel fet de comprar junts i triar-ho entre tots	2,1	-	1,4
No estan a sobre com els pares (no corregeix, no molesten...)	1,8	-	-
Per l'edat (són de la mateixa edat)	1,5	-	-
Pels consells sobre consum responsable (saben el que necessito, el que val la pena, per no passar-me de pressupost, preus, tenen informació que desconec)	0,6	1,2	4,1
Costum (perquè és un costum, perquè sempre vaig amb ell/a ells/es)	0,3	3,6	1,4
Per no tenir la opinió de ningú	0,3	-	-
Perquè és qui paga (qui li dona els diners)	-	4,8	19,2
Perquè compra més coses	-	4,8	13,7
Altres (cap en motiu en especial, perquè vaig més ràpid, per anar amb cotxe...)	1,9	1,2	4,1
Ns	5,3	14,5	16,4
Base	341	83	73

ESPONTÀNIA, MÚLTIPLE

IV.5. Decisor de la compra

- Independentment de les persones amb les que van a comprar, el **88,5% dels adolescents acaben decidint ells mateixos els articles que es compren.**
- Comparativament, entre les noies la pròpia decisió és més elevada (91,8%) que entre els nois (85,4%). Entre aquests, destaca una major freqüència de la menció de la mare (7,8%) o dels dos pares (5,2%).
 - Respecte a l'edat, la menció de la mare (14,6%) és més freqüent entre els adolescents de 12 a 13 anys, mentre que els més grans destaquen per tenir, en major mesura que les altres edats, més decisió pròpia (95,2%).

Taula 16: Qui acaba decidint normalment el que et compres?

Persona	Total (%)
Jo	88,5
La mare	6,0
El pare i la mare	3,8
Els amics / parella	1,2
El pare	0,3
Ns/Nc	0,2
Base	600

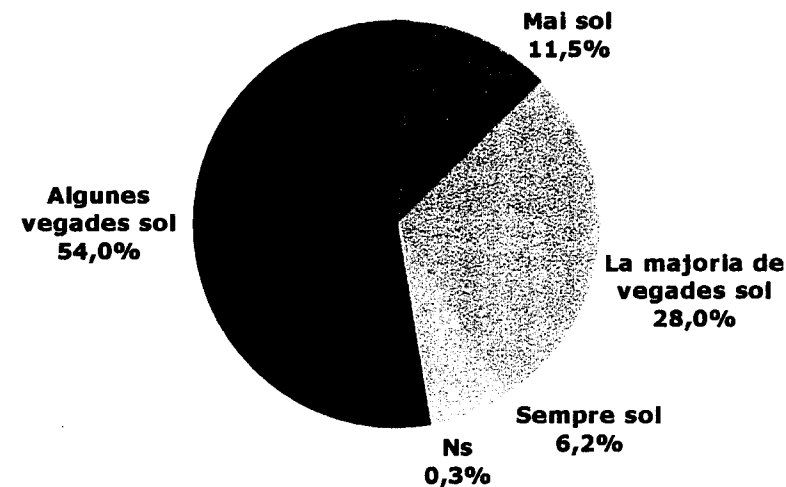
ESPONTÀNIA

***V. Consum de televisió, telèfon mòbil
i Internet***

V.1. Televisió

- **Només l'11,5% dels adolescents mira sempre la televisió acompanyat d'altres persones**, i el 54,0% afirma veure-la sol algunes vegades.
- Així, el 34,2% dels adolescents veu sol la majoria de vegades o sempre. Aquesta xifra és més elevada entre els nois (38,3%) i entre els joves de 17 a 18 anys (41,5%).

Em pots dir amb qui veus la televisió?



Base: 600

- El fet que alguns adolescents mirin la televisió sempre acompanyats d'altres persones s'explica perquè sempre hi ha família a casa quan l'adolescent mira la televisió, més que pel fet que hi hagi una prohibició explícita de veure-la sol.

Així, tant sols al 0,3% del total d'adolescents catalans els pares els hi han prohibit veure sols la televisió.

Taula 17: Perquè mai la veus sol?

Motius	Total (%)
Sempre que miro la televisió hi ha algú a casa (la família, els germans...)	73,9
M'agrada més mirar-la acompanyat (per comentar els programes)	8,7
No m'agrada mirar la televisió	4,3
No em deixen mirar-la sol	2,9
Faig altres activitats (quan estan sols fan altres activitats, tenen poc temps per veure-la)	5,8
Altres (no té TV a l'habitació, la veu amb amics...)	2,9
Ns	1,4
Base (mai veu la televisió sol)	69

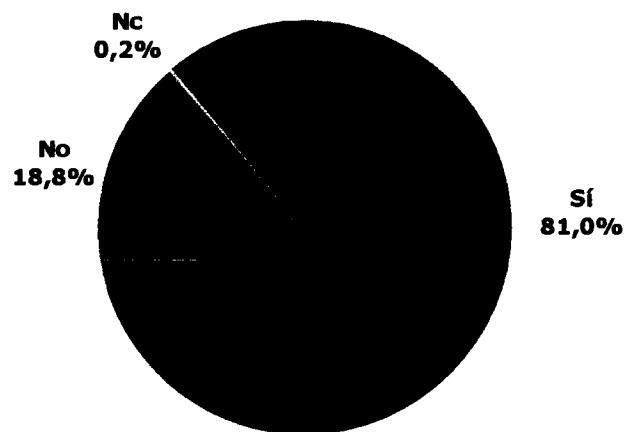
ESPONTÀNIA

V.2. Telèfon mòbil

□ El 81,0% dels adolescents catalans disposa d'un telèfon mòbil per a ell sol.

- Aquesta xifra és encara més elevada entre les noies (85,3%) i a partir dels 14 anys, especialment entre els 17 i els 18 anys (95,2%).

Tens un telèfon mòbil per tu sol?



Base: 600

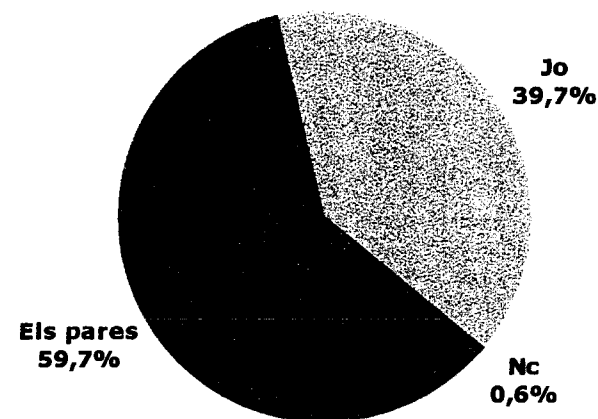
Sexe i edat	% Sí	Base
Nois	76,9	308
Noies	85,3	292
12 a 13 anys	50,6	158
14 a 16 anys	89,4	254
17 a 18 anys	95,2	188

- De forma majoritària, la modalitat de pagament del telèfon mòbil és mitjançant contracte (77,6%), i les trucades les paguen els pares dels adolescents (59,7%).
- El fet que siguin els pares que paguen el telèfon mòbil es dona especialment entre els adolescents de 12 a 13 anys (80,0%), però també majoritàriament entre els de 14 a 16 (65,2%). A partir dels 16 anys, és majoritari que el jove es pagui ell mateix el mòbil (55,3%).

Taula 18: I aquest telèfon mòbil és de targeta o de contracte?

Modalitat	Total (%)
Contracte	77,6
Targeta	21,2
Ns	0,8
Nc	0,4
Base (tenen telèfon mòbil)	486

Qui paga les trucades del teu telèfon mòbil?



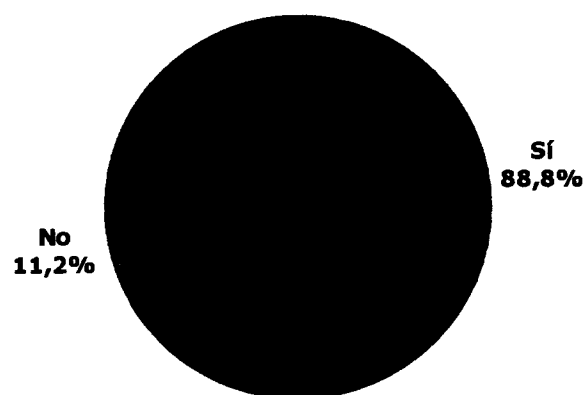
Base (tenen telèfon mòbil): 486

V.3. Internet

□ El 88,8% dels adolescents es connecten, amb major o menor freqüència, a Internet.

- El percentatge de connexió a la xarxa més elevat es troba entre els 14 i els 16 anys (93,7%).

Et connectes a Internet?



Base: 600

Sexe i edat	% Sí	Base
Nois	89,6	308
Noies	87,3	292
12 a 13 anys	78,5	158
14 a 16 anys	93,7	254
17 a 18 anys	89,9	188

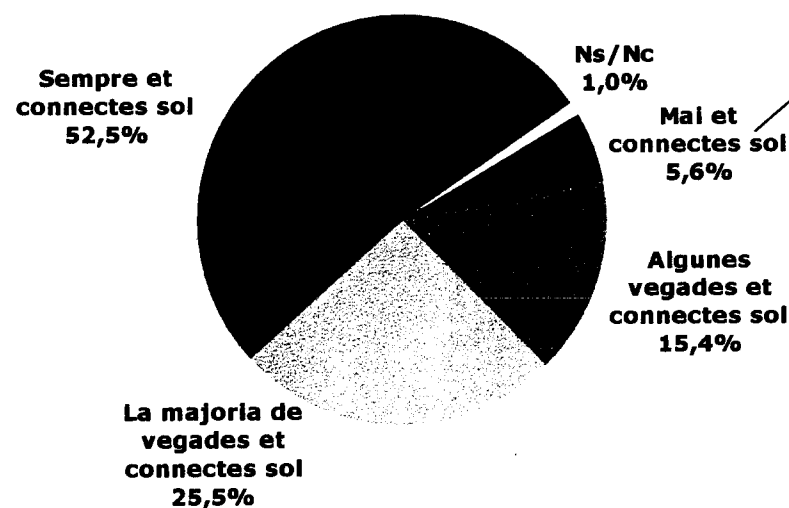
- **Entre els adolescents que es connecten a Internet, el 82,7% ho fa des de casa seva.** Amb força menor freqüència, es connecten a la xarxa des de locals d'Internet o 'cibers', des de l'escola o des de casa d'amics.
- Mentre que per les noies la connexió des de casa augmenta fins al 86,7%, entre els nois cal destacar la major freqüència d'accés des dels locals o 'cibers' (9,0%).
 - Per edats, s'ha de mencionar que el 12,0% dels adolescents de 12 a 13 anys menciona l'escola, mentre que entre els de 14 a 16 anys s'incrementa el percentatge d'esment de 'casa d'un amic' (7,5%). Finalment, el 91,1% de joves de 17 a 18 anys es connecta des de casa seva.

Taula 19: Des d'on acostumes a connectar-te?

Connexió	Total (%)
Des de casa meva	82,7
Des de Locals i Cibers	6,2
Des de l'escola	6,0
Des de casa d'un amic	4,7
Nc	0,4
Base (es connecten a Internet)	533

- El 78,0% dels adolescents es connecta a Internet sol sempre o la majoria de vegades. Aquesta xifra és encara més elevada entre els joves de 17 a 18 anys (90,6%).
- El fet que alguns adolescents es connectin a Internet sempre acompanyats d'altres persones s'explica perquè els agrada fer-ho amb amics o perquè ho fan des de l'escola, més que pel fet que hi hagi una prohibició explícita de connectar-se sol. Així, tant sols al 0,3% del total d'adolescents catalans els pares els hi han prohibit connectar-se sols a Internet.

En relació a Internet, em pots dir si....



Base (es connecta a Internet): 533

Taula 20: Per què mai et connectes tu sol?

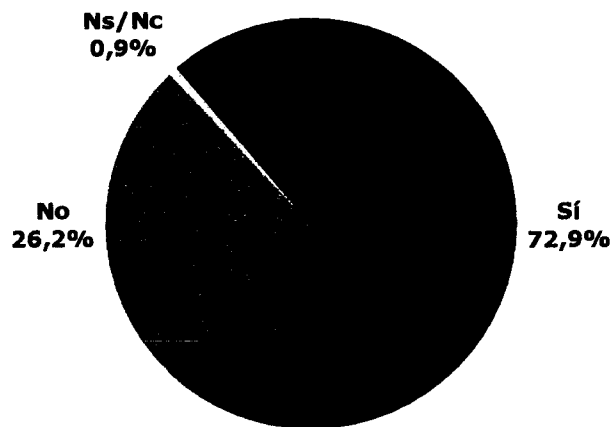
Motius	Total (%)
Li agrada fer-ho sempre amb amics	23,3
Perquè es connecta a l'escola o curs i ho fa amb els companys	23,3
Perquè no en té a casa i va a casa d'un amic	13,3
Perquè no en té a casa (va a altres llocs)	13,3
Es connecta molt poc i sempre acompanyat	10,0
Es connecta amb el germans	6,7
Perquè els pares no els deixen	6,7
No els hi agrada	3,3
No té coneixements informàtics i necessita ajuda per connectar-se	3,3
Nc	3,3
Base	30

ESPONTÀNIA

□ Així, el **72,9%** dels adolescents catalans disposa d'una adreça de correu electrònic.

- Aquesta disposició de correu-e és més elevada entre les noies (76,4%) i a partir dels 14 anys, especialment entre els 17 i els 18 anys (81,9%).

Disposes d'una adreça de correu electrònic?

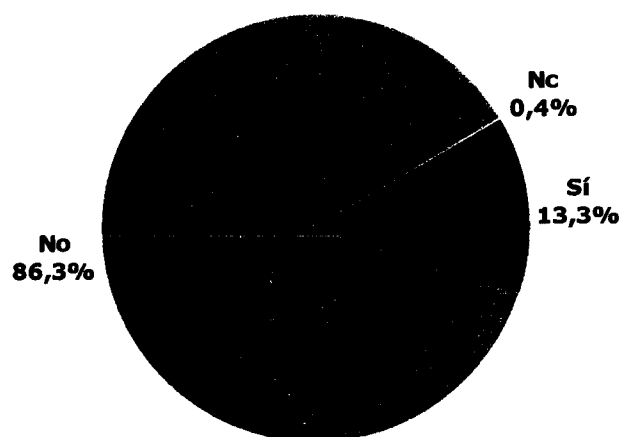


Base : 600

Sexe i edat	% Sí	Base
Nois	69,8	308
Noies	76,4	292
12 a 13 anys	55,7	158
14 a 16 anys	77,2	254
17 a 18 anys	81,9	188

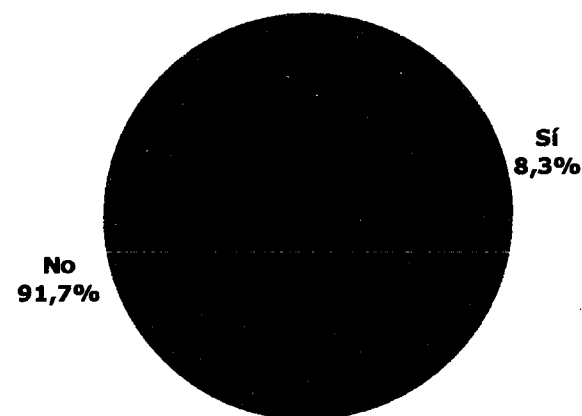
- D'altra banda, el **13,3%** dels adolescents que es connecten a Internet afirma que acostuma a fixar-se en la publicitat que hi ha a Internet o que rep pel correu electrònic. Aquesta xifra és significativament més elevada entre els nois (16,1%).
- Finalment, el 8,3% dels adolescents que es connecten a Internet ha comprat alguna vegada sol per Internet, essent més elevat aquest percentatge entre els nois (13,6%) i entre els joves de 17 a 18 anys (15,5%). **Si prenem com a base el conjunt d'adolescents catalans, el 7,5% ha comprat sol per Internet.**

T'acostumes a fixar en la publicitat que hi ha per Internet o que reps pel correu electrònic?



Base (es connecta a Internet i/o té adreça de correu electrònic): 540

Has comprat alguna vegada per Internet tu sol?



Base (es connecta a Internet i/o té correu electrònic): 540

VI. El consum responsable

VI.1. Actituds i comportaments de consum responsable

□ L'estudi ha volgut copsar la relació de l'adolescent amb al consum responsable. De les 10 actituds i comportaments analitzats, s'observa que 3 d'ells són molt freqüents, 3 són mitjanament freqüents, i els restants 4 els realitza menys del 50% dels adolescents.

• Les **actituds i comportaments més freqüents** entre els adolescents són, per ordre de freqüència, els següents:

1. Comparar diferents preus.

El 78,3% dels adolescents acostuma a comparar diferents preus d'un producte abans de comprar-lo. Aquest hàbit es dona en major mesura entre les noies (81,5%) i entre els joves de 17 a 18 anys (85,1%).

2. Fixar-se en la qualitat.

El fet de fixar-se en la qualitat d'un producte a l'hora d'adquirir-lo és freqüent entre el 78,2% dels adolescents, especialment entre els nois (81,8%) i entre els joves de 17 a 18 anys (84,6%).

3. Entendre l'etiquetatge.

El 71,6% dels adolescents afirma entendre la descripció i els símbols que surten a les etiquetes dels productes, sobretot els joves de 17 a 18 anys (76,1%).

• Les **actituds i comportaments mitjanament freqüents** entre els adolescents són els següents:

4. Fixar-se en la data de caducitat.

Fixar-se en la data de caducitat quan es compra un producte d'alimentació o beguda és freqüent entre el 69,4% dels adolescents. Aquest hàbit es dona en major mesura entre les noies (74,0%).

5. Guardar el tiquet de compra.

El 62,2% dels adolescents té l'hàbit de guardar el tiquet de compra, rebut o garantia dels productes que compra. Les noies (68,5%) i els joves de 17 a 18 anys (67,6%) són, comparativament, els grups que més ho fan.

6. Pensar en els avantatges i inconvenients.

La conducta de pensar en els avantatges i inconvenients d'un producte abans de comprar-lo és freqüent entre el 59,8% dels adolescents.

- Finalment, les actituds i comportaments menys freqüents entre els adolescents són els següents:
 - 7. Valorar la durada del producte.**

Quan compren un producte, només el 47,2% dels adolescents acostuma a pensar en el temps que li durarà.
 - 8. Informar-se de les característiques.**

El fet d'informar-se detingudament de les característiques d'un producte abans de comprar-lo tan sols és un hàbit pel 41,2% dels adolescents. Aquest percentatge és lleugerament més elevat entre els nois (45,8%) i entre els joves de 14 a 16 anys (45,7%).
 - 9. Valorar-ne la necessitat.**

Només el 32,0% dels adolescents afirma que necessita tot el que compra. Entre els nois, aquesta xifra augmenta lleugerament (35,7%).
 - 10. Fixar-se en l'etiquetatge.**

Finalment, el comportament menys habitual entre els adolescents és el de fixar-se en les característiques del producte escrites en l'etiquetatge abans de comprar-lo, ja que tan sols 3 de cada 10 afirmen tenir aquest hàbit.

Taula 21: Actituds i comportaments de consum responsable (% de sí)

Actituds i comportaments de consum responsable	Total (% sí)	Sexe		Edat (anys)		
		Nois	Noies	12 a 13	14 a 16	17 a 18
Acostumes a comparar diferents preus d'un producte abans de comprar-lo?	78,3	75,3	81,5	71,5	77,6	85,1
Quan compres un producte, acostumes a fixar-te en la seva qualitat?	78,2	81,8	74,3	69,6	78,7	84,6
Entens la descripció i els símbols que surten a les etiquetes dels productes?	71,6	74,0	69,2	65,2	72,4	76,1
Quan compres un producte d'alimentació o beguda, acostumes a fixar-te en la data de caducitat?	69,4	64,9	74,0	73,4	70,5	64,4
Acostumes a guardar el ticket de compra, rebut o garantia dels productes que compres?	62,2	56,2	68,5	51,9	64,6	67,6
Acostumes a pensar en els avantatges i inconvenients d'un producte abans de comprar-lo?	59,8	58,4	61,3	61,4	58,3	60,6
Quan compres un producte, acostumes a pensar en el temps que et durarà?	47,2	48,4	45,9	43,7	50,4	45,7
Abans de comprar un producte, acostumes a informar-te detingudament de les seves característiques?	41,2	45,8	36,3	41,1	45,7	35,1
Creus que necessites tot el que compres?	32,0	35,7	28,1	34,8	28,0	35,1
Acostumes a fixar-te en les característiques del producte escrites en l'etiquetatge abans de comprar-lo?	30,0	30,8	29,1	32,3	33,1	23,9
<i>Base</i>	<i>600</i>	<i>308</i>	<i>292</i>	<i>158</i>	<i>254</i>	<i>188</i>

VI.2. La reclamació

- Gairebé la meitat dels adolescents (48,5%) no coneix cap organisme o entitat a la que dirigir-se en cas de voler fer una reclamació.

El 44,5% menciona el propi establiment on s'ha comprat l'article, mentre que el 2,2% es dirigiria a l'empresa productora del mateix.

El 6,3% dels adolescents esmenta organismes d'atenció al consumidor, però bàsicament de manera general (3,5%).

Finalment, però en menor grau, els adolescents també citen la policia, els Mossos, el Defensor del Menor o el Defensor del Poble.

Taula 22: Coneixes algun organisme o entitat on dirigir-te en cas de voler fer una reclamació?

Organisme o entitat	Total (%)
No en conec cap	48,5
Al mateix establiment	44,5
Establiment o botiga on ha comprat el producte	40,8
Serveis d'atenció al client	2,0
Demana el full de reclamacions de l'establiment	0,8
Punt d'informació de l'establiment	0,8
Organismes d'Atenció al Consumidor	6,3
Oficines del consumidor (en general)	3,5
Associació de consumidors (OCU)	1,3
Ajuntament (OMIC)	0,7
Telèfon d'atenció al consumidor	0,5
Generalitat	0,3
Empresa productora	2,2
Telèfon d'atenció al client que apareix al producte	1,5
Empresa productora	0,7
Policia/Mossos	0,3
Defensor del menor/defensor del poble	0,3
Altres (casal del poble...)	0,8
Base	600

ESPONTÀNIA, MÚLTIPLE

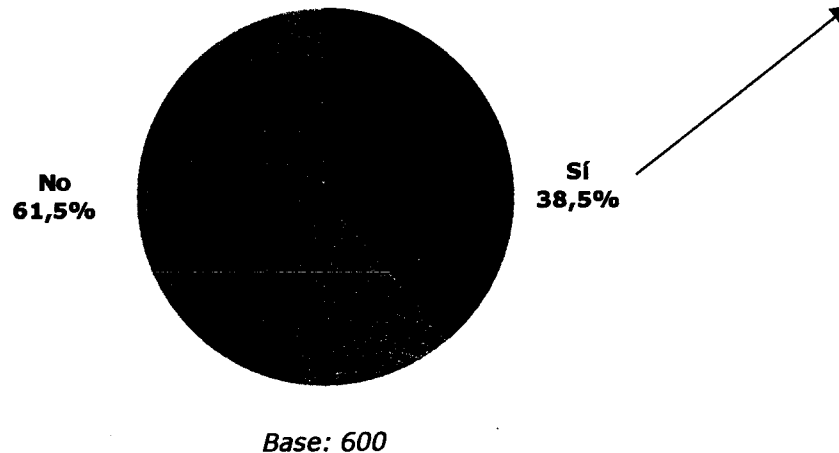
VI. El consum responsable

Adolescents i consum

- El 38,5% dels adolescents afirma haver reclamat quan no ha estat d'acord amb un producte que ha comprat o amb un servei que ha pagat. Aquesta xifra augmenta fins el 44,1% entre els joves de 17 a 18 anys.

No obstant això, la reclamació s'ha fet bàsicament a l'establiment on s'ha adquirit el producte o el servei (97,8% dels casos).

Alguna vegada has reclamat quan no has estat d'acord amb un producte que has comprat o amb un servei que has pagat, perquè no es correspon amb aquell que et van oferir?



Taula 23: On o a qui has reclamat?

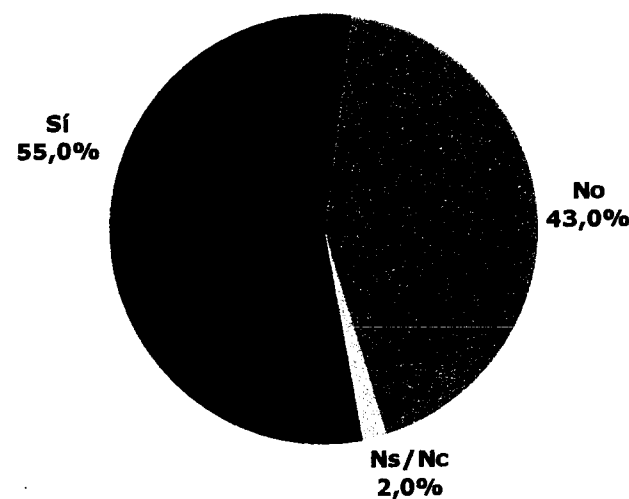
Organisme o entitat	Total (%)
Establiment	97,8
Establiment on ho va comprar (persona que el va atendre, responsable de l'establiment)	94,4
Departament d'atenció al client del centre o establiment on ho va comprar (punt d'informació de l'establiment)	3,5
Telèfon d'atenció al client del producte	1,3
Oficina de reclamació	0,9
Nc	0,9
Base (ha fet alguna reclamació)	231

ESPONTÀNIA, MÚLTIPLE

VI.3. Notorietat i educació envers el consum responsable

- El 55,0% dels adolescents afirma haver sentit a parlar de les mesures de l'anomenat 'consum responsable'. Aquesta xifra és més elevada entre les noies (59,2%).

**Aquest últim bloc de preguntes que t'he fet formen part del que s'anomena 'consum responsable'.
El consum responsable és un conjunt de comportaments que es poden fer
a l'hora de comprar un producte per a garantir una bona compra.
Has sentit a parlar de tenir en compte alguna d'aquestes mesures a l'hora de comprar?**



Base: 600

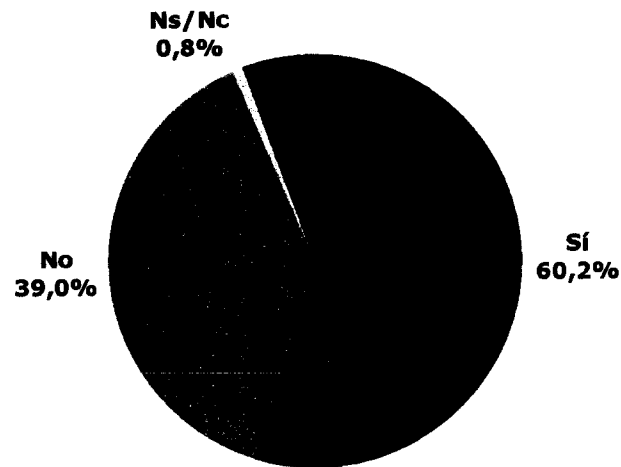
VI. El consum responsable

Adolescents i consum

- Independentment d'haver o no sentit a parlar del consum responsable, **6 de cada 10 adolescents afirmen que els han ensenyat a realitzar algun d'aquests comportaments relacionats amb el consum responsable.**

Bàsicament, **els adolescents mencionen els pares com a persones que els ensenyen a tenir en compte aquests comportaments a l'hora de comprar.** Cal dir, però, que aquesta educació es basa més en la figura de la mare que en la del pare.

T'han ensenyat a fer aquests comportaments de consum responsable?



Base: 600

Taula 24: Qui te'ls ha ensenyat?

Persona	Total (%)
Mare i pare	86,4
La mare	83,7
El pare	54,3
El mestre/l'escola	21,1
El germà/germans	3,0
Els amics/parella	3,0
L'avi/àvia	2,8
Altres familiars	2,8
Mitjans de comunicació	2,5
Nc	0,8
Base (l'han ensenyat a fer consum responsable)	361

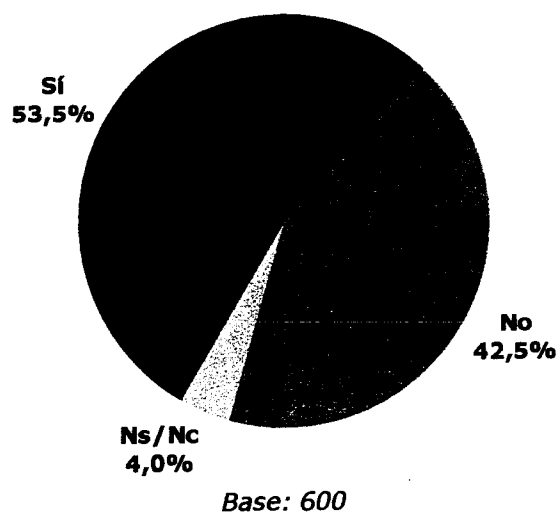
ESPONTÀNIA, MÚLTIPLE

VI. El consum responsable

Adolescents i consum

- La majoria d'adolescents vol tenir més informació en relació a les actituds i comportaments que formen part del consum responsable, ja que així ho afirma el 53,5%.
- Els grups amb major interès per aprendre més són les noies (59,2%) i els adolescents de 12 a 13 anys (60,8%).

T'agradaria aprendre més coses sobre què s'ha de tenir en compte per fer un consum responsable?



Sexe i edat	% Sí	Base
Nois	48,1	308
Noies	59,2	292
12 a 13 anys	60,8	158
14 a 16 anys	51,6	254
17 a 18 anys	50,0	188