



Dijous, 4 de febrer de 2010

*L'Agència Catalana del Consum estudia els hàbits del joves amb el mòbil, l'ordinador i Internet*

## **Quasi tots els estudiants d'ESO de Catalunya tenen mòbil (92,27%) i ordinador (96,71%), tot i que la gran majoria no ha participat en la seva compra**

---

- **Els espais més consultats pels joves són les pàgines personals (24,5%) i els xats (21,8%)**
- **El 92% té messenger. Els nois tenen més tendència a jugar *on line* i a penjar vídeos al Youtube, mentre que les noies, solen tenir pàgines personals com Metroflog o Myspace**
- **Cada cop els joves comencen a tenir mòbils i/o ordinadors abans: els joves d'11-12 anys van tenir el seu primer mòbil als 10,3 anys i el seu primer ordinador als 8,1; mentre que els joves de 16-17 anys van tenir el seu primer mòbil als 11,9 anys i el seu primer ordinador als 10,8**
- **Pels estudiants de secundària l'entorn virtual no s'associa a una plataforma per a la compra: el 17% compra per Internet**
- **El 90% dels estudiants de secundària configuren un perfil de jove *on-line***

Aquestes són algunes de les conclusions que ofereix l'estudi *Els joves i les nTICs (noves tecnologies) d'accés a l'entorn virtual*, que té com a finalitat **conèixer els hàbits del consum dels joves estudiants no universitaris de Catalunya** per tal d'elaborar propostes de tallers d'educació del consum i dissenyar les futures polítiques informatives i educatives de l'Agència Catalana de Consum.

L'estudi ha estat realitzat per l'Escola del Consum de Catalunya (ECC) a través d'una enquesta realitzada a 1035 alumnes d'Educació Secundària Obligatòria (ESO) que van assistir als seus tallers entre el novembre de 2008 i el maig de 2009.



Dijous, 4 de febrer de 2010

Els principals objectius de l'estudi són determinar la presència que tenen els mòbils o ordinadors en la vida dels joves; precisar com intervenen els joves en el procés de compra dels seus mòbils o ordinadors i quins criteris fan servir a l'hora de comprar aquests dispositius; marcar la relació dels joves amb l'entorn virtual i definir perfils de joves estadísticament significatius en relació amb les nTICs per tal d'establir orientacions didàctiques útils per al disseny d'activitats formatives relacionades amb l'educació del consum.

### **La presència de mòbils i ordinadors en la vida dels joves**

El 92,27% dels estudiants d'ESO enquestats tenen mòbil i el 96,71 ordinador. Més de la meitat dels enquestats compten amb un ordinador familiar, mentre que el 45% té un de personal. La majoria de joves apunten que el seu ordinador ha costat menys de 900€ i afirmen que acostumen a tardar en renovar-lo uns tres anys. L'edat mitjana en què es té el primer ordinador oscil·la entre els 6 i els 12 anys.

Pel que fa al telèfon mòbil, el 59,81% dels joves s'han gastat menys de 100€ en el seu dispositiu i el renoven amb una major freqüència que l'ordinador: gairebé no arriba als dos anys. En aquest cas, els joves tenen el seu primer mòbil als 11 anys.

Cada cop els joves comencen a tenir mòbils i/o ordinadors abans: els joves d'11-12 anys van tenir el seu primer mòbil als 10,3 anys i el seu primer ordinador als 8,1; mentre que els joves de 16-17 anys van tenir el seu primer mòbil als 11,9 anys i el seu primer ordinador als 10,8.

En el cas del gènere, cal apuntar que el percentatge de noies que compten amb mòbil és més alt que el de nois (95,7% i 89,2%, respectivament) i aquestes tenen dispositius més cars.

### **Els joves i el procés de compra de mòbils i ordinadors**

Aquest punt de la recerca posa de manifest que els joves **no han participat en la compra** ni del seu mòbil (80,42%) ni del seu ordinador (92,41%). Tot i així, hi ha més joves que han intervingut en l'adquisició del mòbil (18,85%) que no pas en la de l'ordinador (6,79%). En aquesta mateixa línia, el 70,99% dels joves acostumen a triar el seu telèfon i el 46,96% sap quant costa, mentre que només el 37,56% fa la selecció del seu ordinador i menys d'una quarta part (23,20%) coneix el seu cost econòmic.

Pel que fa al gènere, en aquest cas són els nois els que més participen en el procés de compra del seu mòbil (26,8%) i del seu ordinador (11,37%) i els que acostumen a conèixer el seu preu (51,95% i 29,39%, respectivament). Les noies, en tots dos casos, presenten percentatges molt més baixos: mentre que només un 11,37% i un 4,94% intervenen en la compra de mòbils i ordinadors, respectivament; un 41,42% i un 16% saben quant costen.

### **Criteris a l'hora d'escollir un mòbil o un ordinador**

En el moment de seleccionar un dels dos dispositius estudiats, **la majoria dels joves es fixarien en criteris relacionats amb les característiques del producte** (70,2% en el cas dels mòbils i 87,9% en el dels ordinadors).



Dijous, 4 de febrer de 2010

No obstant, en la compra específica de mòbils, els enquestats apunten com a principal criteri de selecció el preu (30,6%), tot i que també tenen en compte les característiques tècniques (27,1%), sobretot les propietats gràfiques, la memòria i la capacitat; la qualitat (22,9%); els accessoris (17,4%); i l'estil (16,7%).

D'altra banda, en la compra d'ordinadors els criteris més utilitzats són les característiques tècniques (54,7%), concretament la memòria, la capacitat, les aplicacions multimèdia i la connectivitat; els accessoris (29,3%), el preu (27,3%) i l'estètica (24,6%).

### **Els joves i l'entorn virtual**

Les principals plataformes que els joves utilitzen per accedir al món de la virtualitat són l'ordinador (95,94%), la consola (18,07%) i el mòbil (10,24%). Els espais web que visiten a través d'aquests canals són els espais de tipus personal (24,5%) i els xats (21,8%), seguits dels espais de música i vídeo (17,4%), el correu electrònic (16,4%), les descàrregues (12,6%) i els cercadors (10,8%).

D'altra banda, la gran majoria de joves no utilitzen ni Internet ni els sms per fer compres (80% i 89%, respectivament). No obstant, el percentatge que sí que utilitza aquestes plataformes, acostuma a adquirir productes o serveis relacionats amb l'oci (30,99%), la imatge personal (25,73%) i la tecnologia (19,3%).

Pel que fa a les pàgines personals, quasi tots els joves enquestats tenen messenger (92%), més de la meitat tenen fotolog (57,1%) i quasi una tercera part tenen facebook (29,3%) i metroflog (29,9%). A més, el 77,97%, obté música que escolta d'Internet de forma gratuïta i només un 1,93% paga per aquest servei.

Si es fa referència al gènere, els nois acostumen a connectar-se a Internet des de la consola en percentatges més elevats que les noies (26,74% i 8,01%, respectivament); compren més per Internet que elles (19,78% i 12,73%) i accedeixen diàriament a espais web més diversos, relacionats amb els jocs, els esports i les descàrregues. De la mateixa manera, els nois tenen més tendència a jugar *on line* (59,3%) i a penjar vídeos al Youtube amb més freqüència (11,8%). Les noies, en canvi, solen tenir pàgines personals com Metroflog o Myspace en major percentatge que els nois i acostumen a connectar-se de forma quotidiana a pàgines personals (37,58% i 12,64%, en el cas dels nois) i a xats (27,52% i 16,67%).

### **Els perfils dels joves segons la seva relació amb les nTICs i l'entorn virtual**

A partir de les dades anteriors, s'han identificat cinc tipologies de joves que es poden agrupar segons un gradient de més digital a menys:

- **els joves "online", són els més digitals. Són la majoria, el 67,6%.** Acostumen a tenir ordinador i mòbil, a participar en el provés de compra, i a estar molt familiaritzats amb Internet, ja que utilitzen el món virtual per diferents tasques.



Dijous, 4 de febrer de 2010

- Els joves “**potencialment online**” (el 21,8%), acostumen a tenir mòbil i ordinador, no acostumen a intervenir en el procés de compra, i no estan gaire familiaritzats amb Internet
- Els **joves menys digitals són els “offline”** (el 10,6%) no acostumen a tenir ni mòbil ni ordinador, no intervenen en el procés de compra i no acostumen a utilitzar Internet.

Perfil A: aquest grup representa el 21,7% dels enquestats. Es caracteritzen per tenir ordinador i mòbil i a intervenir-hi de forma molt activa en el procés de compra de les nTICs: han triat els seus aparells, els han adquirit i en saben el preu. A més, estan molt familiaritzats amb el món de la virtualitat i acostumen a utilitzar Internet per tenir pàgines personals, per jugar, per comprar i per baixar-se música.

Perfil B: el 45,9% dels joves s'integren en aquest perfil. Compten amb ordinador i mòbil, però no acostumen a intervenir en el procés de compra dels seus aparells, no saben quant valen ni tampoc els han triat. No obstant, estan força familiaritzats amb Internet, que l'utilitzen fonamentalment per tenir pàgines personals i descarregar-se música.

Perfil C: el 12,6% dels enquestats d'aquest grup tenen ordinador i mòbil. Pel que fa al món de la virtualitat, estan poc familiaritzats, ja que només l'utilitzen per tenir pàgines personals. Cal apuntar que, en referència als hàbits de compra, no hi ha dades significatives que permetin identificar el grup en aquest aspecte.

Perfil D: els joves identificats amb aquest perfil (9,2%) tenen mòbil, però no ordinador. Tot i no intervenir en el procés de compra, estan informats: coneixen el preu dels aparells. Pel que fa a Internet, els joves no hi estan massa familiaritzats, només l'utilitzen per tenir pàgines personals.

Perfil E: aquest grup, que representa el 6% dels enquestats, no té ni mòbil ni ordinador. Aquest percentatge de joves està molt poc familiaritzat amb Internet. Acostumen a jugar a través de la xarxa, però no tenen ni pàgines personals, ni compren ni tampoc es baixen música. Pel que fa al procés de compra de nTICs, no hi ha dades significatives que permetin identificar a grup en aquest punt.

## **Conclusions generals**

- Cada cop els joves comencen a tenir mòbils i/o ordinadors abans
- La majoria de joves **no intervé activament en el procés de compra i no sap el valor econòmic** del seu mòbil i especialment del seu ordinador. *La compra de mòbils i, especialment dels ordinadors, és gestionada per altres persones, possiblement familiars.*
- Els joves, en cas d'haver de comprar un mòbil o un ordinador, posarien en joc criteris associats principalment a **les característiques del producte**. *La compra de mòbils i ordinadors per part dels joves respon més a aspectes racionals que emocionals.*



Dijous, 4 de febrer de 2010

- La majoria de joves visita **els xats i les pàgines personals** de forma quotidiana, per davant dels correus electrònics. *L'entorn virtual es constitueix per als joves com una plataforma per a comunicar-se, i guanyen terreny les comunicacions instantànies i breus.*
- Els joves **no** acostumen a identificar Internet o els sms **com una eina per a l'adquisició de productes i serveis**. *Pels estudiants de secundària l'entorn virtual no s'associa a una plataforma per a la compra*
- Els estudiants de secundària, en relació amb les nTICs, configuren un gradient de tipus de joves on, malgrat la diversitat, quasi tots (90%) són *on-line*.