

CONSUMIDORS

Els joves i el coneixement dels drets i els deures de les persones consumidores

Estudis sobre els hàbits de consum
dels joves de Catalunya



agència catalana
del consum

disE studios



Els joves i el coneixement dels drets i els deures de les persones consumidores

Estudis sobre els hàbits de consum dels joves de Catalunya

Escola del Consum de Catalunya
Agència Catalana del Consum



agència catalana
del consum



Reconeixement-NoComercial-SenseObraDerivada 3.0 Espanya

Sou lliure de:



copiar, distribuir i comunicar públicament l'obra

Amb les condicions següents:



Reconeixement — Heu de reconèixer els crèdits de l'obra de la manera especificada per l'autor o el licenciator (però no d'una manera que suggereixi que us donen suport o rebeu suport per més que feu l'obra).



No comercial — No podeu utilitzar aquesta obra per a finalitats comercials.



Sense obres derivades — No podeu alterar, transformar o generar una obra derivada d'aquesta obra.

Entenent que:

Renúncia — Es pot **renunciar** a alguna d'aquestes condicions si obteniu el permís del titular dels drets d'autor.

Domini Públic — Aquesta licència no afecta a la situació de l'obra o algun dels seus elements quan es trobi en el **domini públic**, segons la llei vigent aplicable.

Altres drets — Els drets següents no queden afectats de cap manera per la licència:

- Els vostres drets de repartiment just o **ús just**;
- Els drets **moral**s de l'autor;
- Drets que altres persones poden ostentar sobre l'obra o sobre més que se'n fa, com per exemple drets **de publicitat** o privacitat.

Avis — Quan reutilitzeu o distribuïu l'obra, heu de deixar ben clar els termes de la licència de l'obra.

- © - Direcció: Josep Bonil
- Coordinació tècnica: Marta Fonolleda
- Autoria: Toni Tubau, Elisenda Alonso,
Ruth Gomez

© Agència Catalana del Consum

ISBN: 978-84-393-8683-4

DL: B.5598-2011

Aquesta publicació electrònica estalvia els recursos energètics i materials associats a les publicacions en paper.

Si heu d'imprimir aquest document, seleccioneu només els fragments necessaris, imprimeu-lo a dues cares, en blanc i negre, opció esborrany i en paper 100% reciclat ECF (lliure de color elemental) o TCF (totalment lliure de clor)



1 Context de la recerca	11
2 Finalitat i objectius de la recerca	17
2.1. Finalitat	19
2.2. Objectius	19
2.3. Preguntes de recerca	20
2.3.1. Preguntes de recerca relacionades amb l'objectiu 1	20
2.3.2. Preguntes de recerca relacionades amb l'objectiu 2	20
2.3.3. Preguntes de recerca relacionades amb l'objectiu 3	22
2.3.4. Preguntes de recerca relacionades amb l'objectiu 4 i l'objectiu 5	22
3 Metodologia de la recerca	25
3.1. Mostra	27
3.2. Recollida de dades	29
3.3. Categorització de dades	33
3.3.1. Categorització de dades referents al primer objectiu de recerca	33
3.3.2. Categorització de dades referents al segon objectiu de recerca	39
3.3.3. Categorització de dades referents al tercer objectiu de recerca	46
3.3.4. Categorització de dades referents al quart i cinquè objectius de recerca	49
3.4. Anàlisi estadística de dades	52
4 Resultats de la recerca	55
A.1- Resultats relacionats amb el primer objectiu de recerca	57
1.1- Quants drets i quants deures diferents coneixen els joves de secundària de Catalunya?	57
1.2- Quins són els drets més coneguts pels joves de secundària de Catalunya?	59
1.2.a- Quins drets presenten diferències entre nois i noies?	61
1.2.b- Quins drets varien amb l'edat dels joves?	62
1.2.c- Quins drets varien segons la localitat on viuen els joves?	64
1.2.d- Quins dret varien segons si es relacionen amb el consum de béns o amb la contractació de serveis?	65



1.3- Quins són els deures més coneguts pels joves de secundària de Catalunya?	67
1.3.a- Quins deures presenten diferències estadísticament significatives entre nois i noies?	68
1.3.b- Quins deures varien amb l'edat dels joves?	69
1.3.c- Quins deures varien segons la localitat on viuen els joves?	70
1.3.d- Quins deures varien segons si es relacionen amb el consum de béns o amb la contractació de serveis?	72
1.4- Hi ha alguna relació entre els drets i els deures més coneguts?	73
A.2- Resultats relacionats amb el segon objectiu de recerca	74
2.1- Com actuen els joves i com justifiquen la seva acció en situacions de conflicte concretes, segons el preu del producte o servei, les característiques de l'establiment, els criteris personals o el benefici col·lectiu?	74
2.1.a- En una situació de conflicte relacionada amb la compra d'un CD en una venda a la manta, com actuarien els joves i justificarien la seva acció?	74
2.1.b- En una situació de conflicte relacionada amb la contractació del servei d'Internet motivada per una oferta molt bona, com actuarien els joves i justificarien la seva acció?	77
2.1.c- En una situació de conflicte relacionada amb la compra d'una beguda en una màquina, com actuarien els joves i justificarien la seva acció?	80
2.1.d- En un conflicte relacionat amb la compra d'un MP3 que els feia molta il·lusió, en una botiga propera, com actuarien els joves i justificarien la seva acció?	83
2.1.e- En una situació de conflicte relacionada amb la compra d'uns pantalons molt cars per anar a un casament, com actuarien els joves i justificarien la seva acció?	85
2.1.f- En una situació de conflicte relacionada amb un retard en el transport públic quant havien quedat amb uns amics, com actuarien els joves i justificarien la seva acció?	88
2.1.g- En una situació de conflicte relacionada amb la toxicitat d'una joguina que costa 3 € que han comprat en una botiga de legalitat dubtosa, com actuarien els joves i justificarien la seva acció?	91
2.2- En general, com actuarien els joves davant un conflicte de consum?	94
2.2.a- Quines accions presenten diferències entre nois i noies?	97
2.2.b- Quines accions presenten diferències segons l'edat dels joves?	99

2.2.c- Quines accions presenten diferències segons la localitat on viuen els joves?	101
2.3- En general, com justifiquen els joves la seva acció davant un conflicte de consum?	103
2.3.a- Quines justificacions presenten diferències entre nois i noies?	105
2.3.b- Quines justificacions presenten diferències segons l'edat dels joves?	106
2.3.c- Quines justificacions presenten diferències segons la localitat on viuen els joves?	107
2.4- Hi ha relació entre el tipus d'accions i les justificacions?	108
A.3- Resultats relacionats amb el tercer objectiu de recerca	110
3.1- On s'adreçarien els joves de secundària de Catalunya per resoldre els seus conflictes de consum?	110
3.1.a- Quines respostes presenten diferències entre nois i noies?	113
3.1.b- Quines respostes presenten diferències segons l'edat dels joves?	116
3.1.c- Quines respostes presenten diferències segons la localitat on viuen els joves?	120
A.4- Resultats relacionats amb el quart i cinquè objectius de recerca	124
4.1- Els joves de secundària de Catalunya consideren que és important conèixer els drets i els deures de les persones consumidores?	124
4.2- Els joves de secundària de Catalunya justifiquen la importància de conèixer els drets i els deures fent referència als conflictes de consum?	125
4.2.a- Quines justificacions presenten diferències entre nois i noies?	127
4.2.b- Quines justificacions presenten diferències entre joves de diferents edats?	128
4.2.c- Quines justificacions presenten diferències entre joves de diferents localitats?	130
4.3- Els joves de secundària de Catalunya justifiquen la importància de conèixer els drets i els deures mitjançant raons individuals o col·lectives?	131
4.3.a- Quines justificacions presenten diferències entre nois i noies?	132
4.3.b- Quines justificacions presenten diferències entre joves de diferents edats?	133
4.3.c- Quines justificacions presenten diferències entre joves de diferents localitats?	133



5 Conclusions de la recerca	135
5.1. Conclusions respecte al primer objectiu de recerca	137
Conclusions amb relació al coneixement dels drets de les persones consumidores	137
Conclusions amb relació al coneixement dels deures de les persones consumidores	138
Conclusions amb relació a les associacions entre drets i deures	139
5.2. Conclusions respecte al segon objectiu de recerca	140
Conclusions respecte a les actuacions i justificacions dels joves davant situacions concretes de conflictes de consum	140
Conclusions respecte a les actuacions dels joves davant conflictes de consum en general	142
Conclusions respecte a les justificacions dels joves davant conflictes de consum en general	143
Conclusions respecte a la relació entre accions i justificacions dels joves davant conflictes de consum	143
5.3. Conclusions respecte al tercer objectiu de recerca	144
5.4. Conclusions respecte al quart i cinquè objectius de recerca	146
2.1. Finalidad	155
2.2. Objetivos	155
2.3. Preguntas de investigación	156



Aquest document presenta els resultats d'un estudi que analitza les respostes dels joves de secundària sobre diversos temes relacionats amb els drets i els deures de les persones consumidores. Tant la recollida com l'anàlisi de dades s'han portat a terme en el context de l'Escola del Consum de Catalunya, amb la finalitat final d'establir orientacions didàctiques per guiar activitats d'educació del consum.

L'Administració pública, en la seva competència de garantir els drets de les persones consumidores, disposa d'un ampli registre de dades. Ja sigui en forma de memòries o d'estudis específics, la major part se centra a determinar quins són els problemes o conflictes de consum més freqüents i quines les vies de resolució més utilitzades. Aquests estudis parteixen dels conflictes de consum i no d'una perspectiva ciutadana que prengui com a punt de partida el coneixement dels drets i els deures de les persones consumidores. La major part d'estudis prenen com a mostra la població major d'edat, i pocs es focalitzen en joves.

En aquest marc, *Els joves i el coneixement dels drets i els deures de les persones consumidores* pretén ser un complement a les dades existents sobre conflictes de consum i una actualització dels estudis específics, i ofereix un coneixement que pot ser de gran utilitat en contextos educatius.



Context de la recerca



Aquesta recerca es desenvolupa en el marc de les activitats pròpies de l'Escola del Consum de Catalunya (ECC) de l'Agència Catalana del Consum (ACC) de la Generalitat de Catalunya (www.consum.cat).

L'**ACC** és un organisme autònom de la Generalitat de Catalunya que té com a objectiu principal garantir els drets de les persones consumidores de béns i productes i usuàries de serveis. Entre els diferents objectius de l'ACC destaquen la formació i l'educació de les persones consumidores. Per aquest motiu, el 2003 es va crear l'ECC.

L'**ECC** és un servei públic gratuït que vol afavorir i potenciar la presència de l'educació del consum dins l'àmbit educatiu català. Aposta per una interacció entre activitat docent, innovació metodològica i recerca en aspectes de consum, i es configura com un Centre d'Estudis de l'Educació del Consum.

L'ECC neix amb la intenció d'afavorir la presència de l'educació del consum en l'àmbit educatiu català. Els seus objectius generals són:

1. Constituir un espai permanent de treball de l'educació del consum en l'àmbit català.
2. Afavorir l'accés de la població escolar de Catalunya a l'educació del consum.
3. Facilitar la inclusió de l'educació del consum en els currículums de les diferents etapes del sistema educatiu.

Per tal d'assolir aquests objectius, l'ECC s'estructura com a Centre d'Estudis de l'Educació del Consum, on es duen a terme de forma simultània l'activitat docent, la innovació i la investigació (vegeu figura 1).

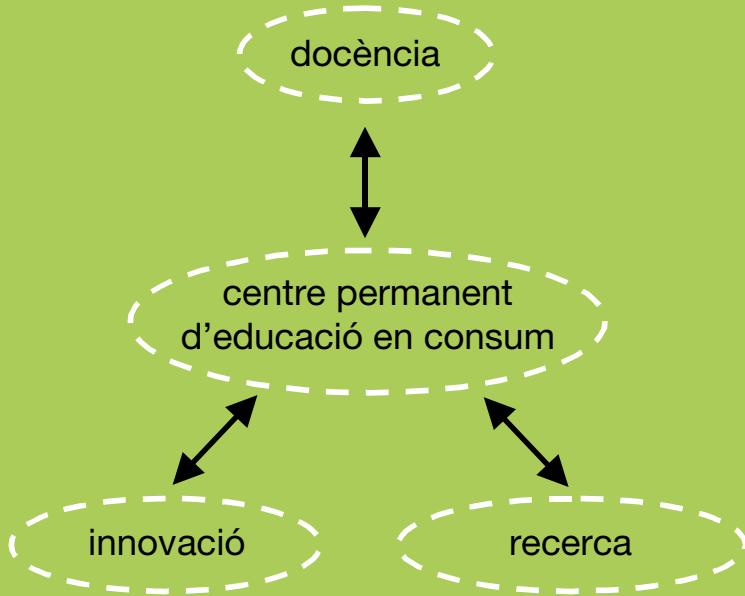


Fig. 1: L'Escola del Consum de Catalunya com a Centre d'Estudis de l'Educació del Consum

L'**activitat docent** es duu a terme diàriament en l'àmbit geogràfic català amb la realització de tallers dirigits a l'alumnat d'educació primària, d'educació secundària obligatòria, de batxillerat, de cicles formatius i d'educació especial. També es fan seminaris per a estudiants i professionals del món educatiu, xerrades formatives sobre educació del consum a associacions de mares i pares d'alumnes (AMPA) i activitats en contextos d'educació no formal, en l'àmbit del lleure.

La **innovació** se centra en la recerca constant de noves formes d'introduir l'educació del consum en el currículum escolar. Es prenen com a referents

teòrics el paradigma de la complexitat, els models socioconstructivistes de l'explicació dels processos d'ensenyament-aprenentatge i la definició dels objectius en termes de competències. Pel que fa a la metodologia, es treballen de manera intensa: el paper de les preguntes com a motor d'aprenentatge, la incorporació de l'art dins les activitats, i el significat i la funcionalitat dels tallers en la vida quotidiana de l'alumnat.

La **investigació** pretén dotar la institució d'un bagatge teòric que fonamenti la resta d'àmbits. Actualment es porten a terme dues línies d'investigació paral·leles: les investigacions acadèmiques i les descriptives. Les primeres aprofundeixen en el marc teòric i conceptual del paradigma de la complexitat, i es concreten en el diàleg disciplinari com a forma d'abordar els fenòmens des de diferents disciplines i models d'educació del consum del professorat de secundària de Catalunya. D'altra banda, les investigacions descriptives pretenen aprofundir en el coneixement dels hàbits de consum dels joves de Catalunya.

La confluència dels tres aspectes (docència, investigació i innovació) fa que l'ECC tingui la dimensió de Centre d'Estudis de l'Educació del Consum, espai en què la investigació enriqueix l'acció educativa diària a través de la innovació constant. Esdevé, doncs, un plantejament en contínua evolució que vol estimular la presència de l'educació del consum en els currículums educatius de les diverses etapes i àmbits educatius.

Apostant per l'equitat territorial, l'ECC disposa de dos àmbits de funcionament paral·lels i complementaris: una **seu central** fixa situada a la ciutat de Barcelona i una **seu territorial** que es desplaça per Catalunya. En el curs acadèmic 2007-2008, la seu territorial s'ha desplaçat per les comarques de: el Segrià, el Pallars Sobirà, l'Anoia, el Gironès, la Selva, el Tarragonès, la Ribera d'Ebre, la Terra Alta i el Montsià, que juntament amb el Barcelonès han configurat el territori sobre el qual s'ha fet la recollida de dades.



Finalitat i objectius de la recerca



2.1. Finalitat

La finalitat de la recerca és conèixer alguns dels hàbits de consum dels joves de Catalunya per tal de disposar de dades contrastades que permetin:

- Elaborar i reformular tallers d'educació del consum en el marc de l'ECC.
- Dissenyar les polítiques informatives i educatives de consum de l'ACC.

2.2. Objectius

Aquesta finalitat es concreta en cinc objectius específics:

1. Determinar quin coneixement tenen els joves de Catalunya dels drets i els deures de les persones consumidores.
2. Conèixer com exerceixen els joves de Catalunya els seus drets i els seus deures com a persones consumidores, i determinar què afavoreix que ho facin.
3. Determinar quin coneixement tenen els joves de Catalunya de les institucions relacionades amb la protecció dels drets de les persones consumidores.
4. Determinar com valoren els joves de Catalunya el fet de conèixer els seus drets i els seus deures com a persones consumidores.
5. Conèixer com viuen els joves de Catalunya la dimensió ciutadana del consum.

2.3. Preguntes de recerca

Les preguntes de recerca s'han estructurat seguint els objectius.

2.3.1. Preguntes de recerca relacionades amb l'objectiu 1

1.1- Quants drets i quants deures diferents coneixen els joves de secundària de Catalunya?

1.2- Quins són els drets més coneguts pels joves de secundària de Catalunya?

1.2.a- Quins drets presenten diferències entre nois i noies?

1.2.b- Quins drets varien amb l'edat dels joves?

1.2.c- Quins drets varien segons la localitat on viuen els joves?

1.2.d- Quins drets varien segons si es relacionen amb el consum de béns o amb la contractació de serveis?

1.3- Quins són els deures més coneguts pels joves de secundària de Catalunya?

1.3.a- Quins deures presenten diferències estadísticament significatives entre nois i noies?

1.3.b- Quins deures varien amb l'edat dels joves?

1.3.c- Quins deures varien segons la localitat on viuen els joves?

1.3.d- Quins deures varien segons si es relacionen amb el consum de béns o amb la contractació de serveis?

1.4- Hi ha alguna relació entre els drets i els deures més coneguts?

2.3.2. Preguntes de recerca relacionades amb l'objectiu 2

2.1- Com actuen els joves i com justifiquen la seva acció en situacions de conflicte concretes, segons el preu del producte o servei, les característiques de l'establiment, els criteris personals o el benefici col·lectiu?

2.1.a- En una situació de conflicte relacionada amb la compra d'un CD en una venda a la manta, com actuarien els joves i justificarien la seva acció?

2.1.b- En una situació de conflicte relacionada amb la contractació del servei d'Internet motivada per una oferta molt bona, com actuarien els joves i justificarien la seva acció?

2.1.c- En una situació de conflicte relacionada amb la compra d'una beguda en una màquina, com actuarien els joves i justificarien la seva acció?

2.1.d- En un conflicte relacionat amb la compra d'un MP3 en una botiga propera, com actuarien els joves i justificarien la seva acció?

2.1.e- En una situació de conflicte relacionada amb la compra d'uns pantalons per anar a un casament, com actuarien els joves i justificarien la seva acció?

2.1.f- En una situació de conflicte relacionada amb un retard en el transport públic, com actuarien els joves i justificarien la seva acció?

2.1.g- En una situació de conflicte relacionada amb la toxicitat d'una joguina que han comprat en una botiga de legalitat dubtosa, com actuarien els joves i justificarien la seva acció?

2.2- En general, com actuarien els joves davant un conflicte de consum?

2.2.a- Quines accions presenten diferències entre nois i noies?

2.2.b- Quines accions presenten diferències segons l'edat dels joves?

2.2.c- Quines accions presenten diferències segons la localitat on viuen els joves?

2.3- En general, com justifiquen els joves la seva acció davant un conflicte de consum?

2.3.a- Quines justificacions presenten diferències entre nois i noies?

2.3.b- Quines justificacions presenten diferències segons l'edat dels joves?

2.3.c- Quines justificacions presenten diferències segons la localitat on viuen els joves?

2.4- Hi ha relació entre el tipus d'accions i les justificacions?

2.3.3. Preguntes de recerca relacionades amb l'objectiu 3

3.1- On s'adreçarien els joves de secundària de Catalunya per resoldre els seus conflictes de consum?

3.1.a- Quines respostes presenten diferències entre nois i noies?

3.1.b- Quines respostes presenten diferències segons l'edat dels joves?

3.1.c- Quines respostes presenten diferències segons la localitat on viuen els joves?

2.3.4. Preguntes de recerca relacionades amb l'objectiu 4 i l'objectiu 5

4.1- Els joves de secundària de Catalunya consideren que és important conèixer els drets i els deures de les persones consumidores?

4.2- Els joves de secundària de Catalunya justifiquen la importància de conèixer els drets i els deures fent referència als conflictes de consum?

4.2.a- Quines justificacions presenten diferències entre nois i noies?

4.2.b- Quines justificacions presenten diferències entre joves de diferents edats?

4.2.c- Quines justificacions presenten diferències entre joves de diferents localitats?

4.3- Els joves de secundària de Catalunya justifiquen la importància de conèixer els drets i els deures mitjançant raons individuals o col·lectives?

4.3.a- Quines justificacions presenten diferències entre nois i noies?

4.3.b- Quines justificacions presenten diferències entre joves de diferents edats?

4.3.c- Quines justificacions presenten diferències entre joves de diferents localitats?



Metodología de la investigación



Els resultats que es presenten provenen d'un estudi descriptiu per enquesta, que utilitza qüestionaris com a eina. És un estudi de caràcter transversal que permet descriure les característiques de la població en un moment determinat partint de la selecció d'una mostra i establint relacions entre la variable *edat*, la variable *gènere* i la variable *localitat*.

3.1. Mostra

La mostra consisteix en tot l'alumnat de secundària que va assistir als tallers de la seu central i la seu territorial de l'ECC a partir del novembre de 2007 i fins a l'abril de 2008. En total, està formada per 2.176 joves, distribuïts per sexe, edat, curs o localitat segons mostren les taules 1 i 2.

Taula 1: Distribució de la mostra segons el gènere, l'edat i el curs

Gènere	Mostra segons el gènere		Mostra segons l'edat				Mostra segons el curs		
	Quantitat	% respecte al total	Edat	Quantitat	% respecte al total	Curs	Quantitat	% respecte al total	
Noies	1.072	49,26	12 anys o menys	304	13,97	1r ESO	525	24,13	
Nois	965	47,37	13 anys	516	23,71	2n ESO	599	27,53	
No especificat	139	6,39	14 anys	663	30,47	3r ESO	670	30,79	
Total	2.176	100,00	15 anys	385	17,69	4t ESO	382	17,56	
			16 anys o més	181	8,32	Total	2.176	100,00	
			No especificat	127	5,84				
			Total	2.176	100,00				

Taula 2: Distribució de la mostra segons la localitat

Categories	Comarques	Freqüència	Freqüència per categories	Percentatge
Comarques de més d'1.000.000 d'habitants	Barcelonès	1.122	1.122	51,56%
	Tarragonès	85		
	Gironès	484		
	La Selva	163	778	35,75%
	Anoia	46		
Comarques d'entre 100.001 i 1.000.000 d'habitants	Montsià	55		
	Ribera d'Ebre	125		
	Terra Alta	26	276	12,68%
	Pallars Jussà	70		

3.2. Recollida de dades

Les dades s’han recollit a partir de les fitxes utilitzades per l’alumnat durant la sessió formativa a l’ECC (vegeu figura 2). Aquestes fitxes plantegen preguntes obertes i tancades referents als quatre blocs temàtics de l’estudi.

El disseny de la fitxa de recollida de dades es va fer a partir d’una prova pilot: una primera versió de la fitxa, de caràcter més obert, es va utilitzar per fixar categories de respostes. Aquestes categories van servir, finalment, per dissenyar un model de fitxa definitiu, amb preguntes més tancades, i per agilitzar el procés d’anàlisi de dades.

1 Que companyies consumeix.

Què podem veure? (ECC/ETS)

Què estem veient i escoltant? (ECC/ETS)

2 Que tens cas?

Et pots explicar algun cas de conflicte de consum que t'has trobat? (ECC/ETS)

Què t'ha passat?

Què t'ha succeït?

Què t'ha passat?
 No he patit cap problema.
 He patit algun problema.
 He patit un problema greu.
 He patit un problema molt greu.
 He patit un problema molt greu i he demanat ajuda.
 He patit un problema molt greu i he demanat ajuda i he anat a l'ETS.

Què t'ha succeït?
 He patit algun problema.
 He patit un problema greu.
 He patit un problema molt greu.
 He patit un problema molt greu i he demanat ajuda.
 He patit un problema molt greu i he demanat ajuda i he anat a l'ETS.

3 Quines institucions contactes?

Per un conflicte de consum que t'has trobat, has anat a buscar ajuda a alguna institució de consum?
 1.
 2.
 3.
 4.

4 Creieu que és important conèixer els drets i deures dels consumidors? Per què?

Fig. 2: Fitxa utilitzada per a la recollida de dades

En la segona pregunta, a partir de la descripció d’un conflicte de consum concret, es plantejava a l’alumnat dues subpreguntes: la primera era de caràcter obert i feia referència a l’acció; la segona era tancada i es relacionava amb la justificació de l’acció. Hi havia set situacions de conflicte diferents, de les quals se’n presentaven dues a l’atzar en cada fitxa.








<p>El CD que has comprat al top-manta no està ben gravat.</p>  <p>I tu, què fanes?</p> <hr/> <p>Perquè...</p> <p><input type="checkbox"/> El CD és molt barat</p> <p><input type="checkbox"/> No és una botga legal</p> <p><input type="checkbox"/> Em feia molta il·lusió tenir aquell CD</p> <p><input type="checkbox"/> Altres...</p> <hr/> <p>La màquina de l'Institut mai funciona bé, s'ha quedat fe i no l'ha donat el refresc.</p>  <p>I tu, què fanes?</p> <hr/> <p>Perquè...</p> <p><input type="checkbox"/> Pel preu de la fauna, és molt barata</p> <p><input type="checkbox"/> No hi haig ningú que t'atengui personalment</p> <p><input type="checkbox"/> Una fauna no és tant important</p> <p><input type="checkbox"/> No torri a pensar a ningú més</p> <p><input type="checkbox"/></p>	<p>Vas contractar Internet a l'empresa net.com perquè tens una oferta molt bona. I ara, has començat a notar que Internet va molt més lent del que hauria.</p>  <p>I tu, què fanes?</p> <hr/> <p>Perquè...</p> <p><input type="checkbox"/> Internet és molt car i ha d'anar bé</p> <p><input type="checkbox"/> Net.com no té cap botga on pugui anar</p> <p><input type="checkbox"/> Perquè necessito que Internet vagi bé</p> <p><input type="checkbox"/> Perquè no vull que t'passi això a ningú més</p> <p><input type="checkbox"/></p> <hr/> <p>El mp3 nou que et feia tanta il·lusió i que vas comprar a la botiga del costat de casa, ha deixat de funcionar sense cap motiu.</p>  <p>I tu, què fanes?</p> <hr/> <p>Perquè...</p> <p><input type="checkbox"/> Un mp3 és molt car</p> <p><input type="checkbox"/> Em feia molta il·lusió</p> <p><input type="checkbox"/> La botiga està a prop de casa</p> <p><input type="checkbox"/></p> <p>Altres...</p>
<p>Els pantalons suggerencs que et van comprar per anar a un casament, se li ha descolorit tota butxaca.</p>  <p>I tu, què fanes?</p> <hr/> <p>Perquè...</p> <p><input type="checkbox"/> Els pantalons són molt cars.</p> <p><input type="checkbox"/> No em fan gens d'il·lusió</p> <p><input type="checkbox"/> Ja no els necessito perquè ja he anat al casament</p> <p><input type="checkbox"/></p> <p>Altres...</p> <hr/> <p>La joguina que has comprat pel teu cosí petit al barer de legalitat dubtosa per 3€, porta pintura tòxica.</p>  <p>I tu, què fanes?</p> <hr/> <p>Perquè...</p> <p><input type="checkbox"/> La joguina és molt barata</p> <p><input type="checkbox"/> Crec que aquesta botga no és legal</p> <p><input type="checkbox"/> Em feia il·lusió regalar-ho al meu cosí</p> <p><input type="checkbox"/> Podria ser perillós pels altres nens</p> <p><input type="checkbox"/></p>	<p>Has quedat amb uns amics i has arribat més d'una hora tard perquè el tren ha arribat amb molt de retard.</p>  <p>I tu, què fanes?</p> <hr/> <p>Perquè...</p> <p><input type="checkbox"/> El preu del bitllet és molt barat</p> <p><input type="checkbox"/> Puc anar a la jaqueta de l'estació fàcilment</p> <p><input type="checkbox"/> És molt important per mi arribar puntual</p> <p><input type="checkbox"/> Afecta a molta gent</p> <p><input type="checkbox"/> Altres...</p>

Fig. 3: Pregunta 2 de la fitxa. Entre els set models de pregunta, cada alumne en responia dos, distribuïts a l'atzar

Les situacions de conflicte han estat definides a partir de la bibliografia consultada (sobretot de les memòries anuals de les administracions públiques amb competència en consum), que ha permès contextualitzar-les en la realitat dels joves. A partir d'aquí, cada situació està definida prenent com a base quatre variables:

- o el preu del producte o servei;
- o el tipus d'establiment on s'ha comprat o contractat (establiment proper, establiment no presencial o establiment il·legal);
- o algunes consideracions personals de la persona consumidora cap al producte o servei (si ho necessita o no, si li fa il·lusió o no);
- o i la dimensió col·lectiva del consum (si el conflicte pot afectar altres persones consumidores o no).

Cada situació de conflicte combina les diferents variables, tal com es pot veure en la taula 3:

Taula 3: Descripció de les situacions de consum utilitzades en els qüestionaris segons les diferents variables

	Dimensió col·lectiva	Amb relació al producte		Amb relació a l'establiment			Amb relació a la persona		
		Preu alt	Preu baix	Establiment proper	Establiment no presencial	Establiment il·legal	Ho necessites	Et fa il·lusió	No ho necessites ni et fa il·lusió
El CD que heu comprat en la venda a la manta no està ben gravat			x			x		x	
La màquina de l'institut mai no funciona bé; s'ha quedat un euro i no us ha donat el refresc	x		x		x				x
L'MP3 nou que et feia tanta il·lusió i que vas comprar a la botiga del costat de casa, ha deixat de funcionar sense cap motiu		x		x				x	
Als pantalons supercars que et van comprar per anar a un casament se'ls ha descosit tota la butxaca		x							x
Has quedat amb uns amics i has arribat més d'una hora tard perquè el tren ha arribat amb molt de retard	x	x		x			x		
Vas contractar Internet a l'empresa net.com perquè feia una oferta molt bona, i ara has començat a notar que Internet va molt més lent del que hauria d'anar		x			x		x		
La joguina que has comprat per al teu cosí petit al basar de legalitat dubtosa per 3 € porta pintura tòxica	x		x			x			x

3.3. Categorització de dades

Les respostes dels joves s'han agrupat en categories per tal de tenir dades més operatives. Les categories s'han definit de forma inductiva, partint de categories prèvies que s'han anat modificant a partir de les respostes dels joves. Aquestes categories prèvies s'han definides d'acord amb els objectius de l'estudi a partir de diferents fonts:

- El marc **legal** sobre els drets i els deures de les persones consumidores, els processos de resolució de conflictes i els organismes competents en la protecció dels drets de les persones consumidores.
- La **recerca bibliogràfica** relacionada amb el tema d'estudi, que ha permès tenir una visió prèvia d'aspectes com: els tipus de conflictes de consum més freqüents, els sectors econòmics més problemàtics per a les persones consumidores, les vies de resolució de conflictes més utilitzades.
- La **prova pilot** efectuada amb l'alumnat, en la qual es va utilitzar una fitxa de recollida de dades amb preguntes obertes i amb una visió panoràmica del tema d'estudi contextualitzada en la realitat dels joves.

3.3.1. Categorització de dades referents al primer objectiu de recerca

Els resultats relacionats amb el primer objectiu de recerca (*Determinar quin coneixement tenen els joves de Catalunya dels drets i els deures de les persones consumidores*) es presenten agrupats en categories segons les taules 4 i 5. Les categories s'han determinat a partir de la regulació legal relacionada amb els drets de les persones consumidores, de la bibliografia consultada i de les respostes dels alumnes durant la prova pilot.

A Catalunya, els drets de les persones consumidores estan regulats de

forma específica en l'Estatut d'Autonomia de 2006¹, en el RD 1/2007², en la Llei 3/1993³ i en el Codi de Consum (pendent d'aprovació al Parlament català). Alguns dels drets de les persones consumidores fan referència a drets ciutadans generals i, per tant, es regulen també mitjançant altres figures legals no específiques de consum. Aquest és el cas, per exemple, del *dret a la llengua*, regulat, també, per la Llei 1/1998⁴.

La categorització referent a drets s'ha fet a partir de la combinació de la base legal, específica o no de consum, i de les respostes dels alumnes en la prova pilot. Per aquesta raó, les categories, encara que pretenen reflectir tot el contingut legal, no estan redactades ni agrupades de forma fidel a les lleis, sinó que es presenten segons la visió dels joves (vegeu taula 4).

Taula 4: Categorització referent als drets de les persones consumidores	
CATEGORIES	SUBCATEGORIES
Seguretat	
Protecció dels interessos econòmics	Garanties - conformitat
	Garanties - reparació
	Documentació
	Protecció jurídica, administrativa i tècnica
Informació	
Qualitat de vida i medi ambient	
Representació, participació i consulta	
Educació	
Llengua	
Prestació	
Drets no legislats	Preu barat o ofertes
	Preu just
	Diversitat
	Bona atenció
	Altres

1 Llei orgànica 6/2006, de 19 de juliol, de reforma de l'Estatut d'Autonomia de Catalunya. Consultable a <http://www.gencat.net/generalitat/cat/estatut/titol_1.htm>.

2 Reial decret legislatiu 1/2007, de 16 de novembre, pel qual s'aprova el text refós de la Llei general de defensa dels consumidors i usuaris i altres lleis complementàries.

3 Llei 3/1993, de 5 de març, de l'Estatut del consumidor.

4 Llei 1/1998, de 7 de gener, de política lingüística.

Descripció de les categories referents als drets de les persones consumidores:

- **Seguretat:** dret a la protecció de la salut i seguretat de les persones consumidores davant productes i serveis perillosos. S'hi inclouen respostes com: *que sigui segur; que no sigui tòxic; que compleixin les normes...*
- **Protecció dels interessos econòmics** de les persones consumidores davant conductes abusives, negligents o fraudulentament per part dels establiments. Es concreta en diferents subcategories:
 - Conformitat:** dret a gaudir, com a mínim, de la qualitat i les prestacions que constin en el contracte, pressupost o qualsevol altre document que vinculi l'empresari. Constitueix una concreció del dret a la garantia.
S'hi inclouen respostes com: *que estigui en bon estat; que no estigui tarat; que sigui el que promet ser; que els trens siguin puntuals; que el pa sigui del dia...*
 - Reparació:** dret a la reparació dels productes o serveis que presenten un funcionament inadequat. Constitueix una concreció del dret a la garantia.
S'hi inclouen respostes com: *que si no funciona me'l arreglin; que me'l canviïn; a una garantia...*
 - Documentació:** dret a rebre la documentació relacionada amb la compra o amb la contractació (tiquet, factura, contracte, etc.).
S'hi inclouen respostes com: *el tiquet; el contracte...*
 - Protecció jurídica, administrativa i tècnica:** dret a rebre protecció jurídica, administrativa i tècnica en cas de conflicte de consum.
S'hi inclouen respostes com: *que pugui reclamar a la tenda; queixar-me; que tinguin fulls de reclamacions...*
- **Informació:** dret a una publicitat i a una informació veraç, suficient i entenedora sobre els drets i els deures de les persones

consumidores i sobre les característiques i els preus dels productes i dels serveis.

S'hi inclouen respostes com: *que ens informin bé sobre el producte; que posin el preu; que posin la data de caducitat...*

- **Qualitat de vida i medi ambient:** dret a la defensa de l'ambient i de la qualitat de vida.

S'hi inclouen respostes com: *que no contamina...*

- **Representació, participació i consulta:** dret a la formació d'associacions per defensar els drets de les persones consumidores, i dret a la representació davant les autoritats competents i en diferents organismes amb competències que afecten directament o indirectament les persones consumidores i usuàries.

S'hi inclouen respostes com: *a fer una associació de consumidors...*

- **Educació:** dret a rebre una educació en matèria de consum.

S'hi inclouen respostes com: *l'educació; anar a l'escola del consum...*

- **Llengua:** dret a ser atès oralment i per escrit en una llengua oficial.

S'hi inclouen respostes com: *que et parlin en català; parlar català...*

- **Prestació:** dret a què no es negui la prestació d'un servei o la compra d'un bé de manera injustificada.

S'hi inclouen respostes com: *poder-ho consumir sense problemes; elegir el que volem...*

- **Drets no legislatls:** tots aquells que els joves consideren drets, però que legalment no se'n consideren. S'hi inclouen les subcategories següents:

Preu barat o ofertes: dret a què els productes o els serveis s'ofereixin a un preu assequible per a les persones consumidores, o que els establiments contemplin ofertes per abaratir-los.

S'hi inclouen respostes com: *que sigui barat; que sigui econòmic; que baixin els preus; que no sigui molt car...*

Preu just: dret a què els productes o serveis s'ofereixin a un preu raonable segons la seva qualitat.

S'hi inclouen respostes com: *un preu adequat; preu raonable; que tingui una bona relació qualitat-preu...*

Diversitat: dret a una oferta de productes i serveis diversa, que permeti a les persones consumidores escollir segons el criteri propi.

S'hi inclouen respostes com: *poder triar; elegir el que volem...*

Bona atenció: dret a ser ben atès.

S'hi inclouen respostes com: *respecte; que m'atenguin bé; bon tracte...*

Altres: aquesta categoria inclou tots aquells drets no legisllats que han estat citats pels joves amb una freqüència molt baixa (inferior a l'1%) i que, per tant, no poden formar una subcategoria pròpia. En serien exemples: dret a un canvi de producte si no t'agrada, dret a què els productes tinguin un origen concret, dret a la responsabilitat per part de la persona consumidora, etc.

Els deures de les persones consumidores no estan reconeguts per cap figura legal. Per aquesta raó, la categorització s'ha portat a terme a partir de les respostes dels joves en la prova pilot i del llibre *Educación y consumo. La formación del consumidor en la escuela* (Pujol, 1996), en què es fa una proposta de les responsabilitats de les persones consumidores. La taula 5 mostra les categories resultants.

Taula 5: Categories referents als deures de les persones consumidores
Bon ús
Interpretació
Conservació
Responsabilitat
Reclamació i reivindicació
Comportament
Pagament
Associació
Altres

Descripció de les categories referents als deures de les persones consumidores:

- **Bon ús:** deure d'utilitzar correctament els béns i serveis d'acord amb les seves característiques, tenint en compte les instruccions i advertiments d'ús.
S'hi inclouen respostes com: *fer un bon ús del producte; responsabilitat sobre el producte; cuidar el que compres...*
- **Interpretació:** deure de demanar, llegir de forma crítica i tenir en compte la informació que apareix en la publicitat o en la documentació relacionada amb la compra o la contractació (contractes, pressupostos, condicions de compra, publicitat, etc.).
S'hi inclouen respostes com: *llegir bé; llegir la lletra petita...*
- **Conservació:** deure de guardar la documentació associada a la compra o la contractació, ja sigui la publicitat o les ofertes, com ara els contractes, els comprovants de pagament, etc.
S'hi inclouen respostes com: *conservar factures i garanties...*
- **Responsabilitat:** deure de responsabilitzar-se dels actes de consum propis, assumint-ne les conseqüències. S'hi inclouen aspectes diversos com: la gestió del pressupost, el foment del comerç de proximitat, els criteris de compra relacionats amb la sostenibilitat i l'equitat social, la compra de productes i serveis adequats al perfil de la persona consumidora, i que no presentin riscos per a la salut i la seguretat.
S'hi inclouen respostes com: *moderar les compres; consumir amb responsabilitat; mirar l'origen del producte...*
- **Reclamació i reivindicació:** responsabilitat d'actuar davant els conflictes de consum sol·licitant ajuda administrativa per resoldre els conflictes segons el procediment correcte i participant en el procés de resolució.
S'hi inclouen respostes com: *no esperar massa temps per reclamar; reclamar si no ho has trencat tu...*
- **Comportament:** responsabilitat de comportar-se correctament i educadament, tot seguint les normes que regeixen l'establiment o el servei, i d'expressar-se correctament i educadament per tal de

ser entès en qualsevol de les dues llengües oficials.

S'hi inclouen respostes com: *ser educats; bona conducta; no malmetre les instal·lacions...*

- **Pagament:** deure de pagar els béns adquirits o els serveis contractats segons les condicions establertes prèviament. S'hi inclouen respostes com: *pagar; no marxar sense pagar; pagar pels serveis que em donen...*
- **Associació:** responsabilitat d'associar-se per defensar els drets de les persones consumidores.
- **Altres:** aquesta categoria inclou tots aquells deures que han estat citats pels joves amb una freqüència molt baixa (inferior a l'1%) i que, per tant, no poden formar una subcategoria pròpia. S'hi inclouen alguns drets que no són propis del consum, sinó que són de caràcter cívic (com la responsabilitat de no discriminar les persones, de no enganyar, etc.), i altres aspectes que els joves han citat com a deures, però que tenen una validesa qüestionable (com el deure de no llençar l'envàs, el deure de provar les coses abans de comprar-les, el deure de comprar en una botiga regulada legalment, la responsabilitat de quedar-te satisfet amb la compra o la contractació, etc.).

3.3.2. Categorització de dades referents al segon objectiu de recerca

Les dades relacionades amb el segon objectiu de recerca (*Conèixer com exerceixen els joves de Catalunya els seus drets i els seus deures com a persones consumidores, i determinar què afavoreix que ho facin*) s'han categoritzat segons les taules 6 i 7. Les categories procedeixen de les dades obtingudes durant la prova pilot.

Taula 6: Categories referents a les accions davant els conflictes de consum

Seguir el procediment legal de reclamació	Dialogar
	Demandar un full de reclamació/denúncia
	Demandar que et reparin el producte/servei
	Demandar que et canviïn el producte/servei
	Demandar que et tornin els diners
Reclamar	
Informar-se per resoldre el conflicte	Demandar ajuda a l'Administració pública
	Demandar ajuda als pares
Conformar-se amb el problema	No tornar més a aquell establiment
	Comprar un altre producte / contractar un altre servei
	No fer-hi res
	Llençar el producte a les escombraries
Seguir un procediment alternatiu de reclamació	Anar a la policia
Seguir un procediment no recomanable	Actuar de forma poc adequada
Altres	

Descripció de les categories referents a les accions davant un conflicte de consum:

- **Seguir el procediment legal de reclamació:** totes aquelles respostes que fan referència al procediment administratiu de resolució de conflictes. En concret, poden relacionar-se amb:

Reclamar: respostes que fan referència a la reclamació de forma general, sense especificar què es reclamaria o amb quin procediment es faria. Les respostes que especifiquen què reclamarien, normalment s'inclouen en altres subcategories; per exemple, la resposta *reclamaria que em tornessin els diners* s'inclouria en la categoria "demandar diners". Les respostes que especifiquen quin procediment seguirien per reclamar, també es poden incloure en altres categories; per exemple, *demandaria el full de reclamacions per reclamar* es comptabilitzaria dins la categoria "demandar full de reclamació/denúncia".

En aquesta subcategoria s'hi inclouen respostes com: *reclamar; faria una reclamació...*

Demandar diners: demanar a l'establiment que et torni els diners que has pagat per la compra del bé o la contractació del servei.

S'hi inclouen respostes com: *que em tornin els diners; demanar els diners; reclamaria que em tornessin els diners...*

Demandar que et canviïn el producte/servei: demanar a l'establiment que et canviï el producte o servei per un altre de nou.

S'hi inclouen respostes com: *demanar un MP3 nou; que m'ho canviïn...*

Demandar que et reparin el producte/servei: exigir a l'establiment que et reperi el producte que ja has comprat per tal que funcioni correctament.

S'hi inclouen respostes com: *que arreglin la màquina; demanaria que m'arreglin l'MP3...*

Demandar un full de reclamació/denúncia: formalitzar una queixa, una reclamació o una denúncia utilitzant el full de reclamació/denúncia. També s'hi han inclòs les respostes que fan referència al "llibre de reclamacions", ja que, tot i que en la majoria d'establiments s'ha substituït pel full, pot ser que l'alumnat no ho sàpiga.

S'hi inclouen respostes com: *demanaria el full de reclamacions; escriuria al llibre de reclamacions; demanaria un full per reclamar...*

Dialogar: parlar amb el responsable de l'establiment per arribar a un acord. S'ha inclòs dins la categoria "seguir el procediment legal de reclamació" ja que és el primer pas que recomana l'Administració pública per resoldre els conflictes de consum. S'hi han inclòs les respostes en les quals només es fa referència al diàleg i no s'especifica ni el retorn dels diners, ni el canvi o la reparació del producte, ja que aquestes s'inclourien en altres categories.

S'hi inclouen respostes com: *preguntaria a l'empresa què ha passat; buscaria el telèfon i li diria que no funciona bé [la màquina de begudes]; demanaria explicacions; parlaria amb el dependent...*

- **Informar-se per resoldre els conflictes:** totes aquelles respostes relacionades amb la sol·licitud d'informació sobre els drets i els deures. S'hi inclouen les subcategories següents:

Demandar ajuda als pares: consultar l'opinió dels pares o avisar-los perquè ajudin a solucionar el problema.

S'hi inclouen respostes com: *dir-ho al meu pare; preguntar-ho a la meva mare; trucaria als pares...*

Demandar ajuda a l'Administració pública: adreçar-se a qualsevol Administració pública per demanar informació.

S'hi inclouen respostes com: *trucar al 012; anar a l'Ajuntament...*

- **Conformar-se amb el problema:** acceptar que hi ha hagut un problema, però optar per adaptar-s'hi. S'hi inclouen les subcategories següents:

No fer-hi res: precisar que l'acció que es portarà a terme serà passiva o bé precisar accions que no tenen res a veure amb la resolució del conflicte.

S'hi inclouen respostes com: *res; marxar, no escoltar-lo* (en el cas d'un conflicte amb un CD comprat en la venda a la manta); *arribar més tard* (en el cas d'un conflicte amb el tren)...

Comprar-ne un altre: adquirir un altre producte o contractar un altre servei similar però que funcioni, pagant el preu normal de venda; o bé arreglar el producte per compte propi.

S'hi inclouen respostes com: *comprar-ne un altre, buscar una altra companyia* (en el cas d'un conflicte amb una companyia de servei d'Internet); *cosir els pantalons, portar-ho al taller...*

No tornar a l'establiment: precisar que no es tornarà a consumir més a l'establiment on s'ha tingut el conflicte. S'hi inclouen respostes com: *no comprar-hi més; no tornar-hi mai més; canviar de botiga; donar-me de baixa* (en el cas d'un conflicte amb una companyia de servei d'Internet)..

Llençar-ho: llençar el producte que ha originat el conflicte. S'hi inclouen respostes com: *tirar-ho a les escombraries; llençar-ho...*

- **Seguir un procediment alternatiu de resolució:** resoldre el conflicte per una via alternativa al procés administratiu. S'hi inclou la subcategoria següent:
 - Policia:** adreçar-se a la policia per a denunciar el conflicte. S'hi inclouen respostes com: *anar a la poli; fer una denúncia als mossos; anar a judici...*
- **Seguir un procediment no recomanable:** actuar per resoldre el conflicte seguint un procediment poc aconsellable. S'hi inclouen les subcategories següents:
 - Actuar de forma poc adequada:** portar a terme accions poc respectuoses amb les altres persones o amb les instal·lacions, com, per exemple, manifestar violència, malmetre infraestructures, etc. S'hi inclouen respostes com: *muntar un pollo a la botiga; donar patades a la màquina; liar-la; pegar al botiguer...*
- **Altres:** portar a terme altres accions variades que no estan contemplades en cap categoria anterior i que no tenen prou significativitat com per crear una categoria nova. S'hi inclouen respostes com: *no comprar-ho; escriure una carta al diari; avisar als altres...*

Taula 7: Categories referents a les justificacions de les accions davant els conflictes de consum

CATEGORIES	SUBCATEGORIES
Producte	Preu car
	Preu barat
Establiment	De proximitat
	No presencial
	Il·legal
Persona	Ho necessita
	Li fa il·lusió
	No ho necessita
	No li fa il·lusió
Dimensió col·lectiva	Altres personas
Altres	

Descripció de les categories referents a les justificacions davant un conflicte de consum:

- **Producte:** justificacions que prenen com a referència el producte o servei. Es concreta en les subcategories següents:
 - o **Preu car:** el producte comprat o el servei contractat té un preu que es considera elevat.
S'hi inclouen respostes com: *Internet és molt car i ha d'anar bé; un MP3 és molt car...*
 - o **Preu barat:** el producte comprat o el servei contractat té un preu que es considera baix.
S'hi inclouen respostes com: *el CD és molt barat; el preu de la llauna; que és molt barata...*
- **Establiment:** justificacions que prenen com a referència l'establiment on s'ha efectuat l'acte de consum. Es concreta en les subcategories següents:
 - o **De proximitat:** establiments situats a l'entorn proper dels joves (per exemple, al seu barri) i que normalment ofereixen una atenció personalitzada.
S'hi inclouen respostes com: *la botiga està a prop de casa; puc anar a la taquilla de l'estació fàcilment...*

- o **No presencial:** establiment en el qual ningú no atén personalment les persones consumidores, com, per exemple, una màquina expendedora de begudes.
S’hi inclouen respostes com: *no té cap botiga on pugui anar; no hi ha ningú que t’atengui personalment...*
- o **Il·legal:** establiment que no compleix els requisits legals necessaris per actuar.
S’hi inclouen respostes com: *no és una botiga legal...*
- **Persona:** justificacions que prenen com a referència la persona que efectua l’acte de consum. Es concreta en les subcategories següents:
 - o **Ho necessita:** el producte comprat o el servei contractat es considera necessari.
S’hi inclouen respostes com: *necessito que Internet vagi bé...*
 - o **No ho necessita:** el producte comprat o el servei contractat no es considera necessari.
S’hi inclouen respostes com: *ja no els necessito...*
 - o **Li fa il·lusió:** la il·lusió associada a la compra del producte o a la contractació del servei es considera un criteri important en la presa de decisions.
S’hi inclouen respostes com: *em feia molta il·lusió tenir aquell CD...*
 - o **No li fa il·lusió:** el fet que la compra o la contractació del servei no faci il·lusió es considera un criteri important en la presa de decisions.
S’hi inclouen respostes com: *no em fan gens d’il·lusió...*
- **Dimensió col·lectiva:** justificacions que tenen en compte que el consum és un acte ciutadà i que les decisions d’una persona consumidora poden afectar altres persones. Es concreta en una subcategoria:
 - o **Altres persones:** el fet de considerar el benefici o el perjudici que els actes propis poden causar en altres persones es considera un criteri important en la presa de

decisions.

S'hi inclouen respostes com: *podria ser perillós per als altres; perquè no torni a passar a ningú més...*

3.3.3. Categorització de dades referents al tercer objectiu de recerca

Les categories que agrupen els resultats relacionats amb el tercer objectiu de recerca (*Determinar quin coneixement tenen els joves de Catalunya de les institucions relacionades amb la protecció dels drets de les persones consumidores*) es presenten en la taula 8. S'han definit a partir de l'organització administrativa en competència de consum a Catalunya i de les respostes dels joves.

Taula 8: Categorització referent als drets de les persones consumidores	
CATEGORIES	SUBCATEGORIES
Administració municipal	Ajuntament
	OMIC
Administració comarcal	Consell Comarcal
	OCIC
Administració autonòmica	Generalitat de Catalunya
	ACC
	012
Administració estatal	Estat espanyol
	INC
Administració europea	
Administració judicial	Jutjat
	Advocat
	Policia
Associacions de consumidors	
Establiment comercial	
Persones properes	Família
	Amics
	Professors
Llocs no concrets	
Altres	

Descripció de les categories referents a les institucions, llocs o persones que els joves relacionen amb la protecció dels drets de les persones consumidores:

- **Administració municipal:** Administració pública competent a nivell municipal, en qualsevol de les dues subcategories:
 - Ajuntament:** Administració municipal en general, sense concretar cap oficina o departament.
 - Oficina Municipal d'Informació al Consumidor (OMIC):** s'hi inclouen les respostes que fan referència específica a l'OMIC i les que es refereixen a l'oficina pública municipal amb competència en consum, però sense dir-ne el nom.
- **Administració comarcal:** Administració pública competent a nivell comarcal, en qualsevol de les dues subcategories:
 - Consell Comarcal:** Administració comarcal en general, sense concretar cap oficina o departament.
 - Oficina Comarcal d'Informació al Consumidor (OCIC):** s'hi inclouen les respostes que fan referència específica a l'OCIC i les que es refereixen a l'oficina pública comarcal amb competència en consum, però sense dir-ne el nom.
- **Administració autònoma:** Administració pública competent a nivell de comunitat autònoma, en qualsevol de les tres subcategories:
 - Generalitat de Catalunya:** Administració autònoma de Catalunya en general, sense concretar cap oficina o departament.
 - Agència Catalana del Consum (ACC):** S'hi inclouen les respostes que fan referència específica a l'ACC i les que es refereixen a l'oficina pública autònoma amb competència en consum, però sense dir-ne el nom.
 - 012:** s'hi inclouen les respostes que fan referència específica al 012 i també les que es refereixen al telèfon públic autòmic responsable de la informació ciutadana general.

- **Administració estatal:** Administració pública competent a nivell estatal, en qualsevol de les dues subcategories:
 - Estat Espanyol:** Administració pública estatal en general, sense concretar cap oficina o departament.
 - Institut Nacional de Consum (INC):** s'hi inclouen les respostes que fan referència específica a l'INC i les que es refereixen a l'oficina pública estatal amb competència en consum, però sense dir-ne el nom.
- **Administració europea:** Administració pública competent a nivell europeu, sense concretar cap oficina o departament.
- **Administració judicial:** respostes relacionades amb el procés judicial, en qualsevol de les tres subcategories:
 - Jutjat:** s'hi inclouen les respostes que fan referència al lloc on es porten a terme els judicis.
 - Advocat:** s'hi inclouen les respostes que fan referència a la persona que té la funció d'assessorar en temes legals o d'intervenir davant el jutge en un judici.
 - Polícia:** s'hi inclouen les respostes que especifiquen el cos públic que vetlla pel manteniment de l'ordre i la seguretat pública.
- **Establiment comercial:** parlar amb els professionals de l'establiment comercial o dirigir-se al servei d'atenció al client de l'establiment on s'ha efectuat la compra o la contractació.
- **Associació de consumidors:** organitzacions privades que tenen com a finalitat defensar els interessos de les persones consumidores.
- **Persones properes:** persones del entorn social de l'alumnat. Se'n diferencien tres subcategories:
 - Família:** qualsevol persona de l'entorn familiar dels joves.
 - Amics:** qualsevol dels amics dels joves.
 - Professors:** qualsevol dels professors que tenen els joves a l'institut d'ensenyament secundari.
- **Lloc no concret:** referències poc concretes a punts d'informació, però sense concretar-ne l'àmbit.

- **Altres:** altres respostes que no fan referència a cap de les categories anteriors i que han estat citades amb una freqüència massa baixa per formar una categoria pròpia. S’hi inclouen, per exemple, els bombers, Internet, el metge, el sindicat, el telèfon d’informació 11888, etc.

3.3.4. Categorització de dades referents al quart i cinquè objectius de recerca

Les dades obtingudes de les respostes relacionades amb els objectius quart (*Determinar com valoren els joves de Catalunya el fet de conèixer els seus drets i els seus deures com a persones consumidores*) i cinquè (*Conèixer com viuen els joves de Catalunya la dimensió ciutadana del consum*) s’han agrupat en tres tipus de categories:

- La primera categorització fa referència a la importància de conèixer els drets i els deures (vegeu taula 9).

Taula 9: Categorització de les dades respecte a la importància de conèixer els drets i els deures

CATEGORIES
Sí
No

- La segona i la tercera categoritzacions estan relacionades amb la justificació de la resposta. En la segona categorització, les respostes s’agrupen segons si es fa referència o no als conflictes de consum (vegeu taula 10), i en la tercera respecte a la dimensió col·lectiva del consum (vegeu taula 11).

Taula 10: Categorització de les dades respecte als conflictes de consum

CATEGORIES	SUBCATEGORIES
Fan referència als conflictes de consum	Per evitar-los
	Per saber actuar
	Per defensar-se
No fan referència als conflictes de consum	

Taula 11: Categorització de les dades respecte a la dimensió col·lectiva del consum

CATEGORIES
Justificació individual
Justificació col·lectiva
Indeterminat

Descripció de les categories referents als conflictes de consum:

- **Justificacions que fan referència als conflictes de consum:** argumentacions basades en els conflictes:
 - Per evitar-los:** fan referència a l'acció prèvia al conflicte i pressuposen que l'acció de la persona consumidora pot produir o evitar els conflictes de consum.
 - Per saber actuar:** fan referència a l'actuació posterior a un conflicte. Són aquelles respostes que justifiquen el coneixement dels drets i els deures, perquè els donaran eines per poder actuar amb criteri davant un conflicte de consum.
 - Per defensar-se:** fan referència a l'acció posterior a un conflicte, però amb la presumpció que la persona consumidora n'és la víctima.
- **Justificacions que no fan referència als conflictes de consum:** altres argumentacions generals relacionades amb el funcionament dels actes de consum, però que no estan relacionades amb els conflictes.

Descripció de les categories referents a la dimensió col·lectiva del consum:

- **Justificacions individuals:** qualsevol argumentació que fa referència a les persones consumidores com a individus.
- **Justificacions col·lectives:** argumentacions que tenen en compte la dimensió social dels actes de consum i fan referència a les altres persones consumidores o a la ciutadania.
- **Justificacions indeterminades:** justificacions en l'argumentació de les quals no es determina si són individuals o col·lectives.

Tot i que dins cada tipus de categorització les categories són excloents, els tres tipus de categoritzacions no són excloents entre ells. D'aquesta manera, una mateixa resposta fa referència a una categoria de cada tipus. En la taula 12 se'n mostren alguns exemples.

Taula 12: Exemples de categoritzacions de les respostes			
Resposta	Categoria respecte a la importància de conèixer els drets i els deures	Categoria respecte als conflictes de consum	Categoria respecte a la dimensió col·lectiva
<i>Sí, perquè tots som consumidors</i>	Sí	No fa referència als conflictes	Justificació col·lectiva
<i>És important perquè els consumidors es puguin defensar</i>	Sí	Fa referència als conflictes. Per defensar-se	Dimensió col·lectiva
<i>Sí, perquè no m'estafin</i>	Sí	Fa referència als conflictes. Per evitar-los	Dimensió individual
<i>Sí, per saber què puc fer quan tingui un conflicte</i>	Sí	Fa referència als conflictes. Per saber actuar	Dimensió individual
<i>Sí, perquè és útil. És important per consumir millor</i>	Sí	No fa referència als conflictes	Indeterminat
<i>Sí, per quan hi ha problemes</i>	Sí	Fa referència als conflictes. Per saber actuar	Indeterminat
<i>No és útil</i>	No	-	Indeterminat

3.4. Anàlisi estadística de dades

L'anàlisi estadística de les dades l'ha portada a terme el Departament d'Estadística de la Universitat Autònoma de Barcelona. La lectura, manipulació, validació i anàlisi estadística de la base de dades ha estat realitzada amb el *software*: SAS v9.1, SAS Institute Inc., Cary, NC, USA.

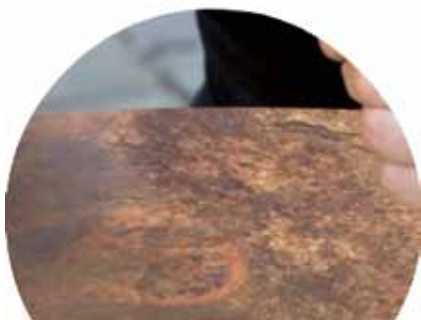
Per a les decisions estadístiques s'ha pres com a nivell de significació el valor 0,05.

En l'anàlisi descriptiva s'han obtingut taules de freqüència per a totes les variables emmagatzemades en funció de la variable explicativa principal.

Les anàlisis bivariants s'han realitzat mitjançant proves bivariants en què s'han utilitzat les variables explicatives sexe, edat, localitat i tipus de qüestionari (béns o serveis) com a variables independents. S'ha utilitzat la prova d'homogeneïtat de distribucions discretes adequada (Test Khi-Quadrat, Exacte de Fisher, Raó de Versemblança) en funció del compliment dels criteris d'aplicació.

Les associacions entre drets i deures i les associacions entre accions i justificacions s'han analitzat mitjançant el coeficient Kappa. Aquest índex es pot interpretar de la manera següent:

Taula 13: Valor de les associacions entre variables a partir del coeficient Kappa	
Valor de k	Associació
< 0.20	Pobre
0.21-0.40	Dèbil
0.41-0.60	Moderada
0.61-0.80	Bona
0.81-1.00	Molt bona

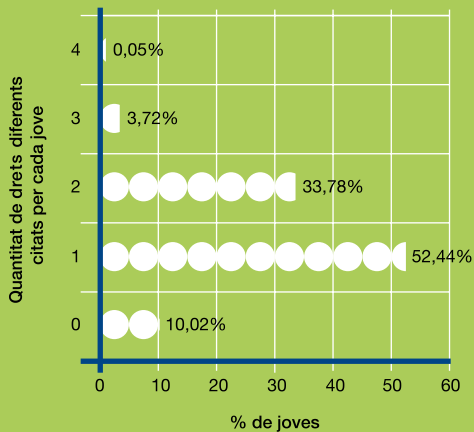
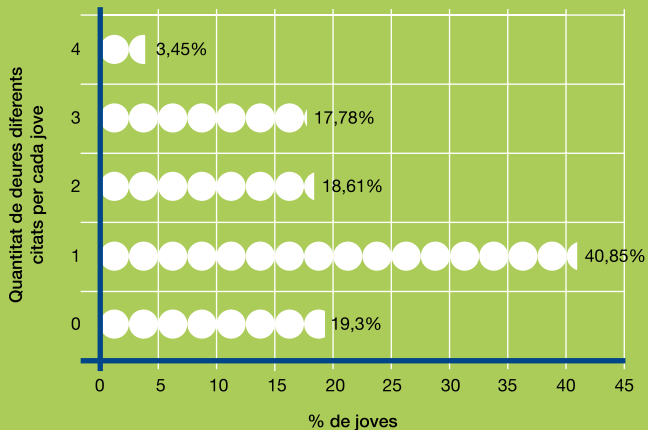


Resultats de la recerca



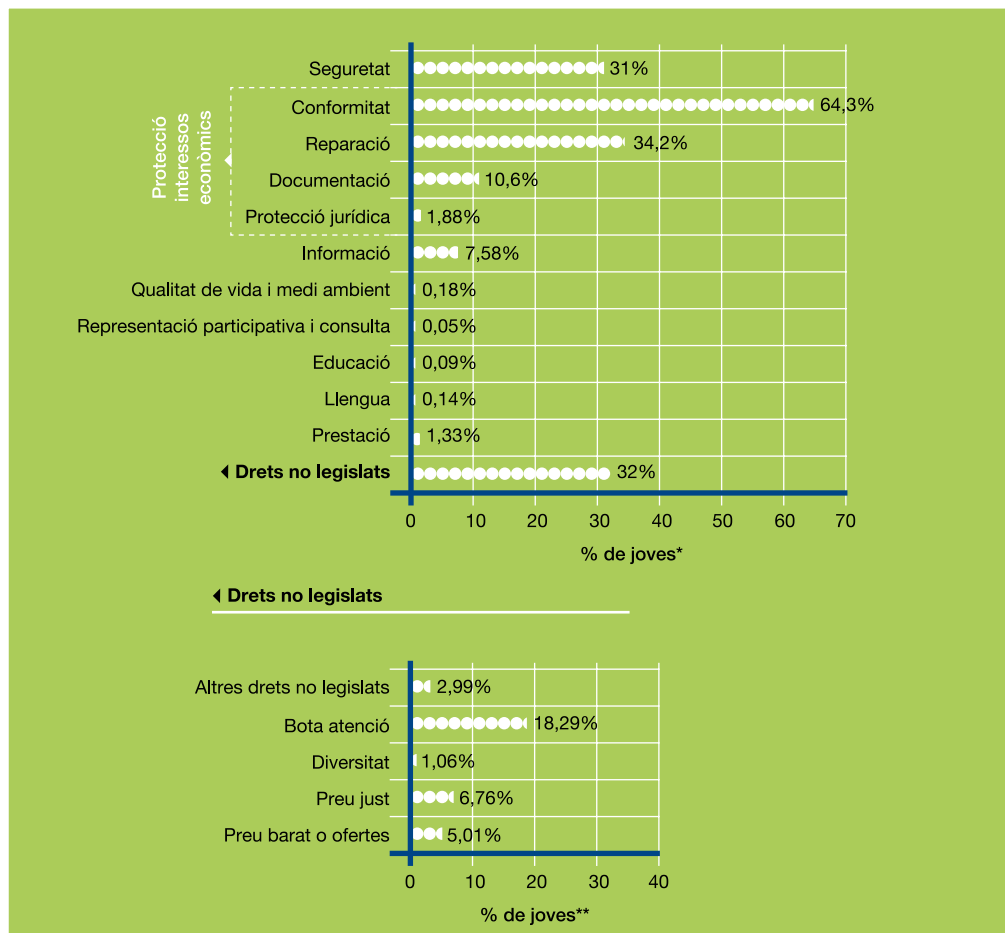
A.1- Resultats relacionats amb el primer objectiu de recerca

1.1- Quants drets i quants deures diferents coneixen els joves de secundària de Catalunya?



- El percentatge de joves que no coneix cap deure és quasi el doble que el percentatge de joves que no coneix cap dret.
- Més del 80% dels joves cita un o dos drets.
- El percentatge d'alumnes que cita dos o tres deures és molt semblant al percentatge de joves que no en cita cap, i se situa prop del 20%.
- Una minoria de joves citen tres o quatre drets; o quatre deures.

1.2- Quins són els drets més coneguts pels joves de secundària de Catalunya?



* La suma de percentatges supera el 100% perquè els joves podien fer referència a més d'un dret en les seves respostes.

** La suma de percentatges de la subcategoria no correspon al total de la categoria perquè els joves podien fer referència a més d'una subcategoria en les seves respostes.

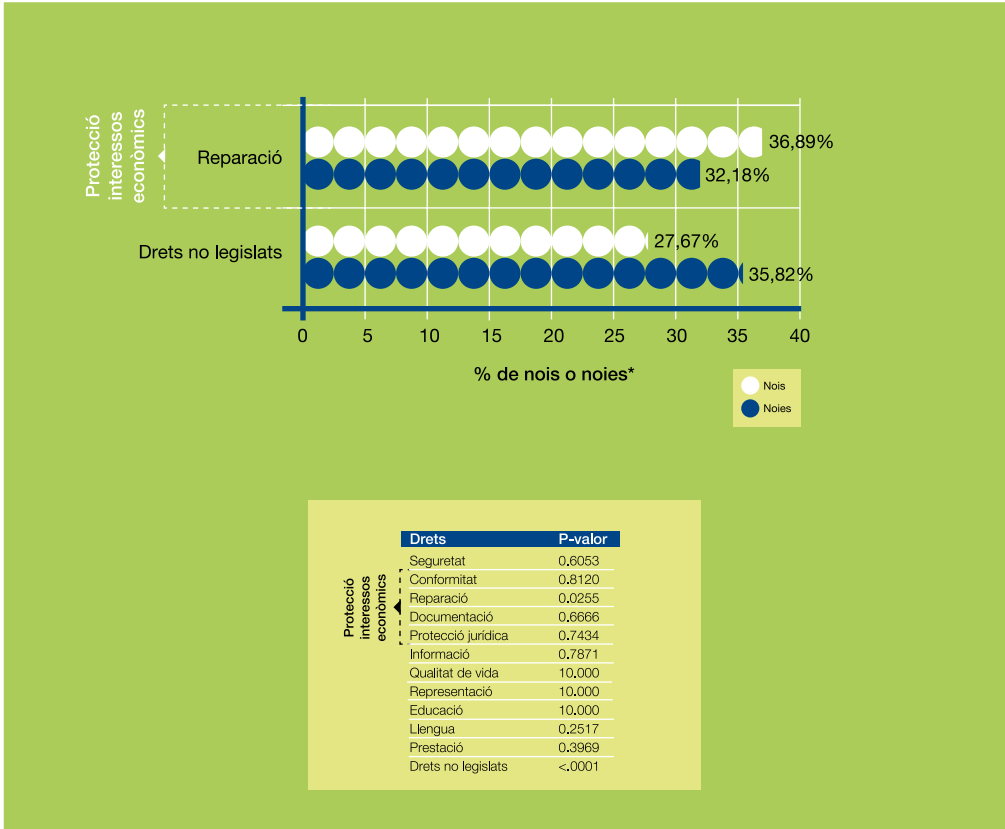
En general, pel que fa a les categories...

- La majoria de joves cita tres drets: el dret a la conformitat, el dret a la reparació i els drets no legislat.
- Quasi dues terceres parts dels joves fan referència al dret a la conformitat.
- Els drets a la protecció jurídica, a la prestació, a la qualitat de vida i medi ambient, a la llengua, a l'educació, i a la representació, participació i consulta han estat citats en percentatges inferiors al 2% dels joves cada un.

En concret, pel que fa a les subcategories....

- El dret a la bona atenció és el dret no legislat més citat pels joves. Ha estat citat per més joves que altres drets legislat, com els drets a la documentació, a la informació, a la seguretat, entre d'altres.
- Els drets a un preu just i a un preu barat o a ofertes han estat citats per un 5-7% dels joves.
- El dret a la diversitat i altres drets no legislat han estat citats per menys d'un 3% dels joves.

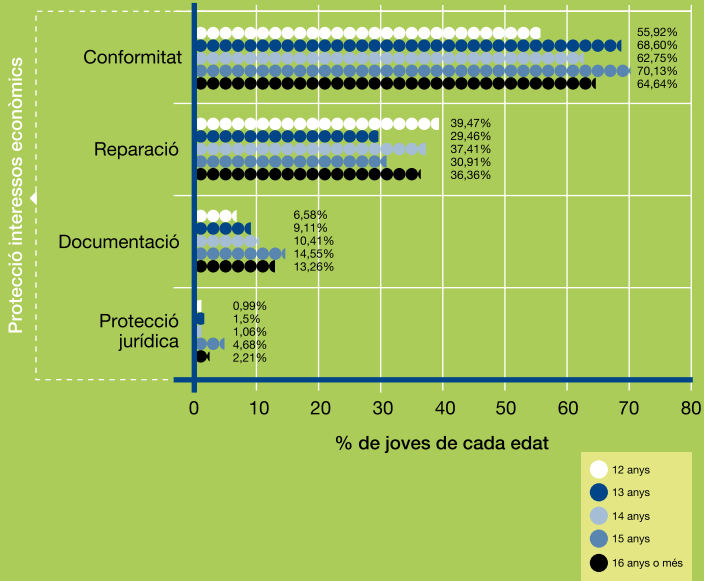
1.2.a- Quins drets presenten diferències entre nois i noies?



* % respecte al total de nois i el total de noies enquestats.

- El dret a la reparació i els drets no legisllats presenten diferències estadísticament significatives entre nois i noies.
- Les noies tenen tendència a citar més drets no legisllats que els nois.
- Els nois tenen tendència a citar més el dret a la reparació que les noies.
- La resta de drets no presenten diferències estadísticament significatives entre nois i noies.

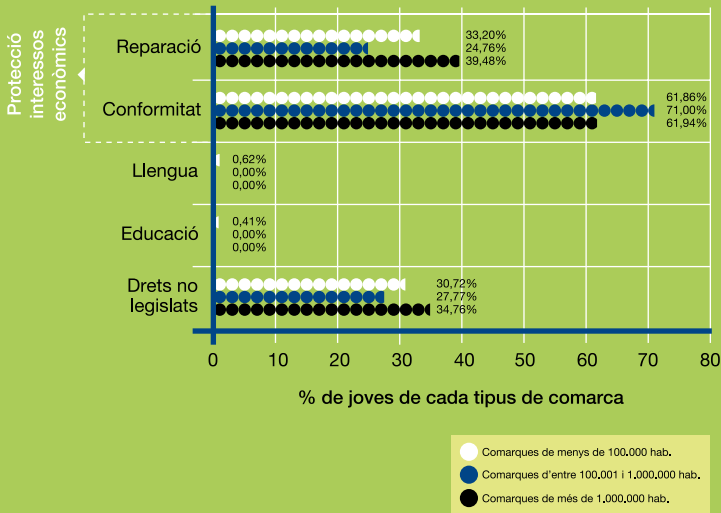
1.2.b- Quins drets varien amb l'edat dels joves?



Drets	P-valor
Seguretat	0,5461
Conformitat	0,0005
Reparació	0,0077
Documentació	0,0068
Protecció jurídica	0,0006
Informació	0,1696
Qualitat de vida i medi ambient	0,0525
Representació, participació i consulta	0,4311
Educació	0,5039
Llengua	0,1480
Prestació	0,9896
Drets no legislatius	0,5859

- Els quatre drets referents a la protecció dels interessos econòmics varien de forma estadísticament significativa amb l'edat dels joves.
- El dret a la documentació presenta una tendència contínua lligada a l'edat dels joves: a mesura que augmenta l'edat, augmenta el percentatge de joves que fan referència al dret a la documentació.
- Els drets a la protecció jurídica, a la reparació i a la conformitat presenten diferències relacionades amb l'edat, però no obeeixen a cap patró cronològic:
 - En percentatge, els joves de 13 o 15 anys són els que més fan referència al dret a la conformitat, i els de 12 anys, els que menys.
 - En percentatge, els joves de 12 anys són els que més fan referència al dret a la reparació, seguits dels de 14 anys i els de 16 anys. Els que menys hi fan referència són els de 13 i 15 anys, amb percentatges similars.
 - En percentatge, els joves de 15 anys són els que més fan referències al dret a la protecció jurídica; els joves de 16 anys o més se situen en segon lloc. L'alumnat de menys de 15 anys fa referència a aquest dret en percentatges que oscil·len entre 0,99% i 1,55%.
- El dret a la conformitat i el dret a la reparació presenten tendències inverses: les edats que més citen el dret a la conformitat són les que citen menys el dret a la reparació; i viceversa.

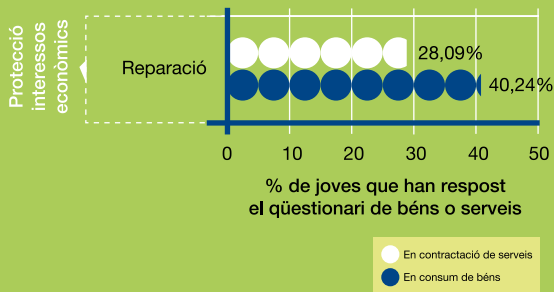
1.2.c- Quins drets varien segons la localitat on viuen els joves?



	Drets	P-valor
Protecció interessos econòmics	Seguretat	0.0556
	Conformitat	0.0005
	Reparació	<.0001
	Documentació	0,1706
	Protecció jurídica	0,2906
	Informació	0,5902
	Qualitat de vida i medi ambient	0,2904
	Representació, participació i consulta	0,5155
	Educació	0,0495
	Llengua	0,0110
	Prestació	0,7170
	Drets no legiscats	0,0113

- Els drets de reparació, a la conformitat, a l'educació, a la llengua i els drets no legislats varien de forma estadísticament significativa segons la localitat en què viuen els joves.
- Els joves de comarques d'entre 100.001 i 1.000.000 d'habitants són els que menys han citat el dret a la conformitat i els drets no legislats, però els que més han citat el dret a la seguretat.
- Els joves de les comarques de més d'1.000.000 d'habitants són els que més han citat el dret a la reparació i els drets no legislats, però els que menys han citat el dret a la conformitat.
- El dret a la llengua i a l'educació només han estat citats per joves de comarques de menys de 100.000 habitants, tot i que de forma molt minoritària.

1.2.d- Quins dret varien segons si es relacionen amb el consum de béns o amb la contractació de serveis?

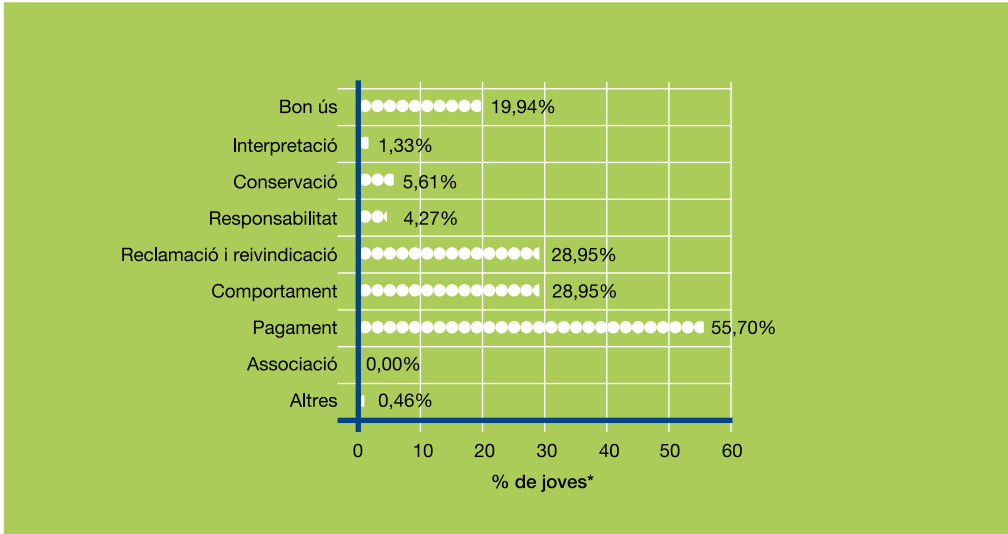


Drets	P-valor
Seguretat	0,1156
Conformitat	0,9186
Reparació	<,0001
Documentació	0,1217
Protecció jurídica	0,5821
Informació	0,0886
Qualitat de vida	0,3688
Representació	1,0000
Educació	1,0000
Llengua	0,6204
Prestació	0,3175
Drets no legislatls	0,1045

Protecció interessos econòmics

- El dret a la reparació és l'únic que presenta diferències estadísticament significatives segons si es relaciona amb el consum de béns o amb la contractació de serveis.
- El percentatge de joves que fan referència al dret a la reparació és més elevat en les preguntes sobre consum de béns que en les preguntes sobre contractació de serveis.

1.3- Quins són els deures més coneguts pels joves de secundària de Catalunya?



* La suma de percentatges supera el 100% perquè els joves podien fer referència a més d'un deure en les seves respostes.

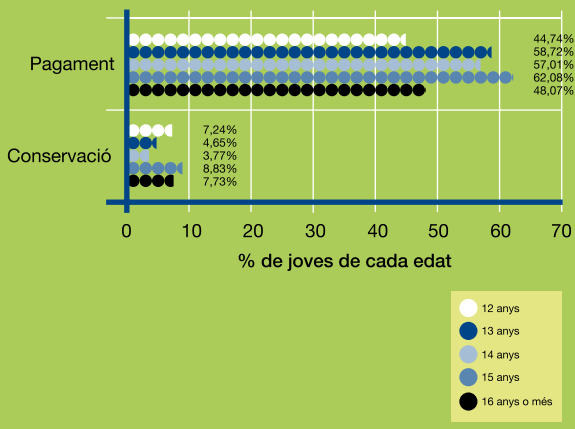
- El deure més conegut pels joves és el de pagament, al qual s'hi refereixen més de la meitat dels joves.
- Quasi una tercera part dels joves fa referència a la reclamació i reivindicació o al comportament i un 20% fa referència al bon ús.
- Cadascun de la resta de deures han estat citats per menys del 6% dels joves.
- La responsabilitat d'associar-se no ha estat citada per cap jove.

1.3.a- Quins deures presenten diferències estadísticament significatives entre nois i noies?

Deures	P-valor
Bon ús	0,8504
Interpretació	0,6298
Conservació	0,8346
Responsabilitat	0,3061
Reclamació i reivindicació	0,1198
Comportament	0,1198
Pagament	0,0532
Altres	0,5316

- No hi ha cap deure que presenti diferències estadísticament significatives segons si el citen nois o noies.

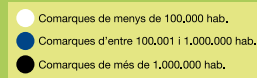
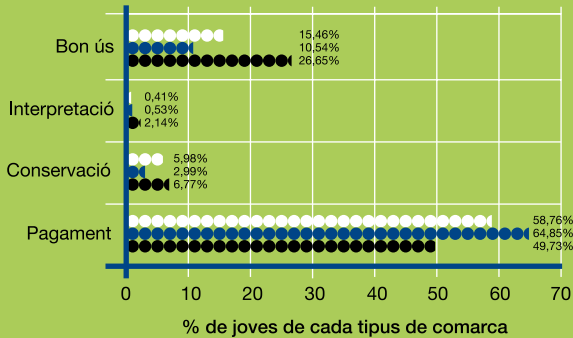
1.3.b- Quins deures varien amb l'edat dels joves?



Deures	P-valor
Bon ús	0,4352
Interpretació	0,1398
Conservació	0,0045
Responsabilitat	0,0537
Reclamació i reivindicació	0,9308
Comportament	0,9308
Pagament	<.0001
Deures no legislatos	0,6096

- Els deures referents a la conservació i al pagament són els únics que presenten diferències estadísticament significatives entre joves de diferents edats.
- Els joves que més citen el deure de pagament són els de 13-15 anys, i els que menys, els de 12 anys.
- Els joves que més citen el deure de la conservació són els de 15 i 16 anys, i els que menys els de 13-14 anys.

1.3.c- Quins deures varien segons la localitat on viuen els joves?



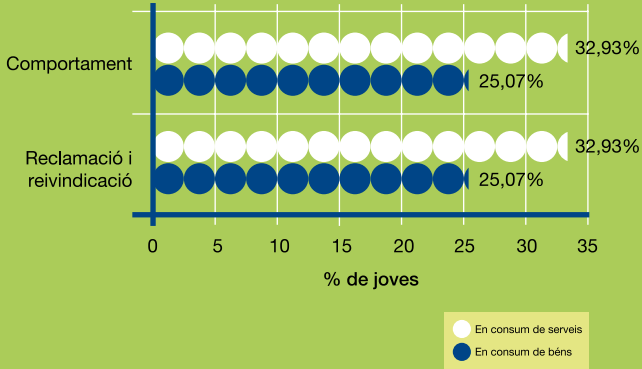
Deures	P-valor
Bon ús	<,0001
Interpretació	0,0032
Conservació	0,0055
Responsabilitat	0,2941
Reclamació i reivindicació	0,0996
Comportament	0,0996
Pagament	<,0001
Deures no legislats	0,0730

- Els deures relacionats amb el bon ús, la interpretació de la informació, la conservació i el pagament són els únics que varien de forma estadísticament significativa segons la localitat on viuen els joves.
- En percentatge, els joves de les comarques de més d'1.000.000 d'habitants són els que més citen el deure al bon ús i a la conservació, i els de les comarques d'entre 100.001 i 1.000.000 d'habitants, els que menys.

4. Resultats de la recerca

- A mesura que augmenta el nombre d'habitants de les comarques, augmenta el percentatge de joves que cita el deure d'interpretar la informació.
- En percentatge, els joves de les comarques d'entre 100.001 i 1.000.000 d'habitants són els que citen més el deure de pagament, i els de les comarques de més d'1.000.000 d'habitants, els que menys.

1.3.d- Quins deures varien segons si es relacionen amb el consum de béns o amb la contractació de serveis?



Deures	P-valor
Bon ús	0,1221
Interpretació	0,6198
Conservació	0,8919
Responsabilitat	0,1992
Reclamació i reivindicació	<.0001
Comportament	<.0001
Pagament	0,3319
Deures no legisllats	0,3430

- Els deures relacionats amb el comportament i amb la reclamació i reivindicació són els únics que presenten diferències estadísticament significatives segons si es relacionen amb el consum de béns o amb la contractació de serveis.
- El percentatge de joves que ha citat el deure de comportament o de reclamació i reivindicació és significativament més elevat en el cas del consum de béns que en el cas de la contractació de serveis.

1.4- Hi ha alguna relació entre els drets i els deures més coneguts?

Deures								
Drets	bon ús	interpretació	conservació	responsabilitat	reclamació	comportament	pagament	deures no legislats
Seguretat	0,0162	0,0096	-0,0145	0,0437	0,0573	0,0573	0,0007	-0,0087
Conformitat	0,0392	0,0063	-0,0050	0,0105	0,1017	0,1017	0,1725	0,0008
Reparació	0,1234	0,0134	0,0670	-0,0306	-0,0841	-0,0841	-0,0265	0,0015
Informació	0,0003	0,0190	0,0279	-0,0168	0,0064	0,0064	0,0102	0,0028
Qualitat de vida	0,0009	-0,0032	-0,0036	-0,0035	0,0058	0,0058	0,0013	0,1406
Representació	-0,0009	-0,0009	-0,0009	-0,0009	-0,0009	-0,0009	0,0007	-0,0008
Educació	-0,0018	-0,0017	-0,0018	-0,0018	-0,0018	-0,0018	0,0015	-0,0015
Llengua	-0,0027	-0,0025	-0,0027	-0,0027	0,0068	0,0068	0,0005	-0,0021
Prestació	-0,0212	-0,0135	0,0051	-0,0207	0,0019	0,0019	0,0080	-0,0448
Drets no legislats	0,0375	-0,0008	-0,0164	0,0115	0,1867	-0,0006	0,0755	-0,0006

Valor de k	Associació
< 0,20	Pobre
0,21 - 0,40	Dèbil
0,41 - 0,60	Moderada
0,61 - 0,80	Bona
0,81 - 1,00	Molt bona

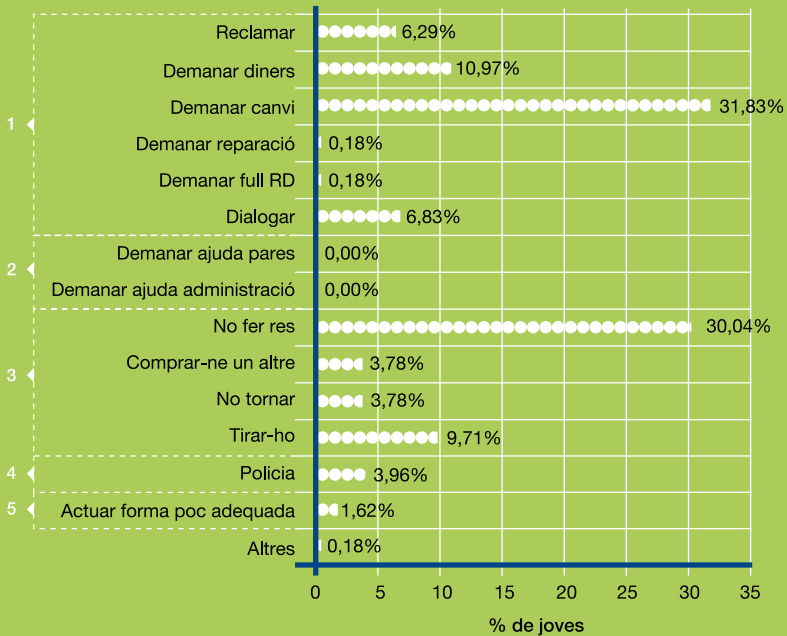
- Entre els drets i els deures més coneguts pels joves hi ha algunes associacions estadísticament significatives. Tot i que són de caràcter pobre, les més significatives són:
 - Els joves que citen el dret a la conformitat tendeixen a citar també els deures de pagament, de reclamar i de comportar-se correctament.
 - Els joves que citen el dret a la reparació tendeixen a citar també el deure de fer un bon ús del producte o servei.
 - Els joves que citen el dret a la qualitat de vida tendeixen a citar deures variats inclosos dins la categoria “Altres”.
 - Els joves que citen drets no legislats tendeixen a citar el deure de la reclamació.

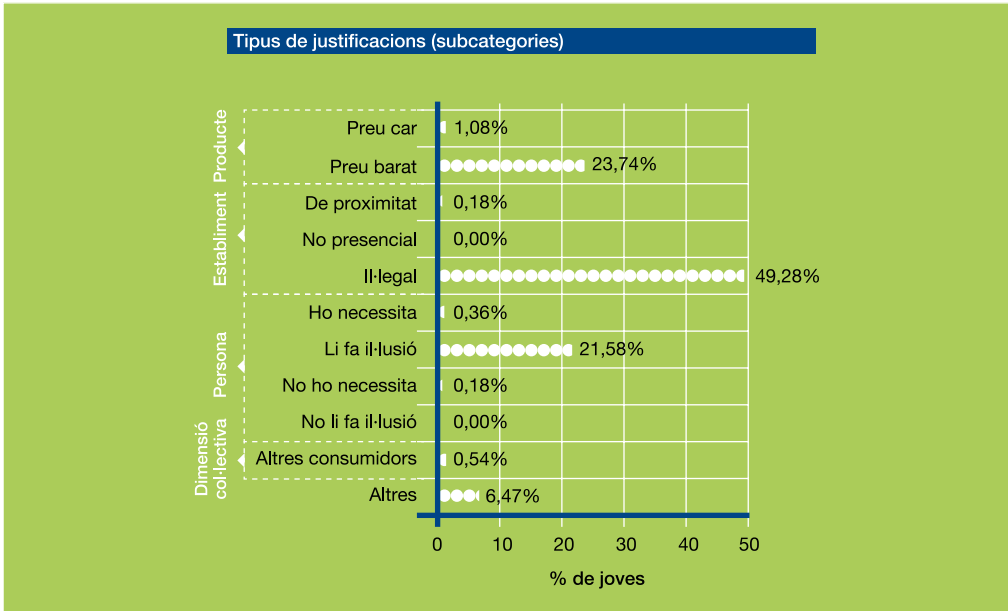
A.2- Resultats relacionats amb el segon objectiu de recerca

2.1- Com actuen els joves i com justifiquen la seva acció en situacions de conflicte concretes, segons el preu del producte o servei, les característiques de l'establiment, els criteris personals o el benefici col·lectiu?

2.1.a- En una situació de conflicte relacionada amb la compra d'un CD en una venda a la manta, com actuarien els joves i justificarien la seva acció?

Accions davant un conflicte (subcategories)





Els percentatges no sumen exactament 100% perquè els alumnes podien fer referència a més d'una acció o més d'una justificació en les seves respostes.

Davant aquesta situació, els joves tendrien a actuar de la manera següent:

- En general, la majoria de joves tendrien a seguir el procés legal de reclamació (56,29%) o es conformarien amb el problema (47,30%).
- Les respostes de més del 60% dels joves es concentren en dues accions concretes: demanar que els canviïn el producte o no fer-hi res.
- En concret, entre els que seguirien el procés legal de reclamació, la majoria demanarien que els canviessin el producte i, en segon lloc, que els tornessin els diners. Un

percentatge insignificant de joves demanarien el full de reclamació/denúncia o que els reparessin el producte.

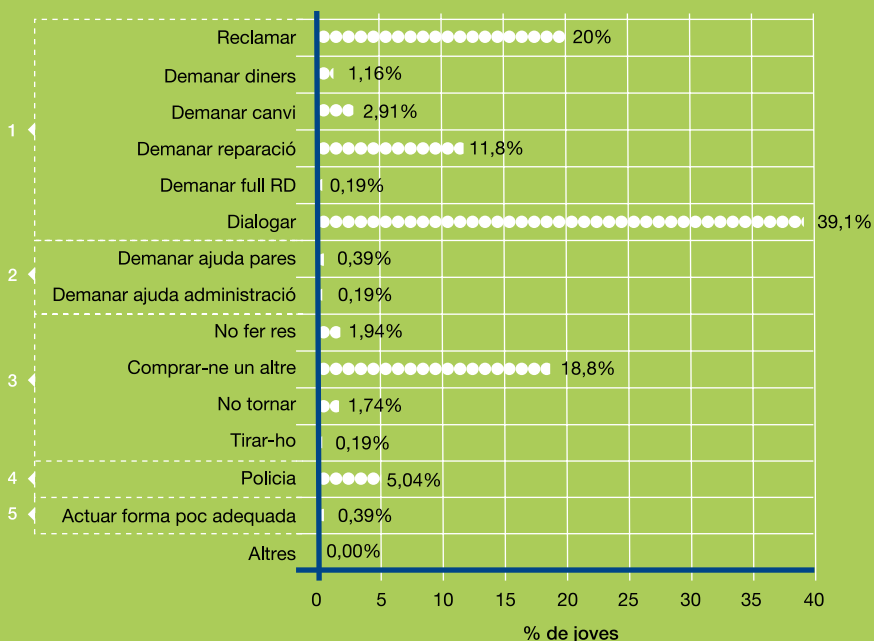
- Entre els joves que es conformarien amb el problema, la majoria tendrien a no fer-hi res; en segon lloc, tendrien a llençar el producte. Pocs joves decidarien no tornar a l'establiment o llençarien el producte.
- Hi ha més joves que es dirigirien a la policia que joves que actuarien de forma poc adequada o demanarien ajuda per resoldre el conflicte.

Davant aquesta situació, els joves justificarien la seva actuació de la manera següent:

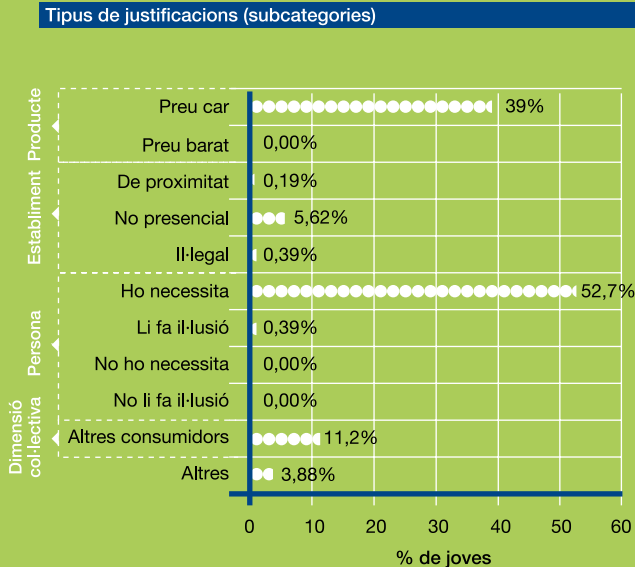
- La majoria de respostes fan referència a la il·legalitat de l'establiment.
- En segon lloc, els joves farien servir justificacions referents al preu baix del producte o a la il·lusió que els fa el producte de compra.

2.1.b- En una situació de conflicte relacionada amb la contractació del servei d'Internet motivada per una oferta molt bona, com actuarien els joves i justificarien la seva acció?

Accions davant un conflicte (subcategories)



- 1 - Seguir el procediment legal de reclamació - denúncia
- 2 - Informar-se per resoldre el conflicte
- 3 - Conformar-se amb el problema
- 4 - Seguir un procediment alternatiu de reclamació
- 5 - Seguir un procediment no recomanable



Els percentatges no sumen exactament 100% perquè els alumnes podien fer referència a més d'una acció o més d'una justificació en les seves respostes.

Davant aquesta situació, els joves tendrien a actuar de la manera següent:

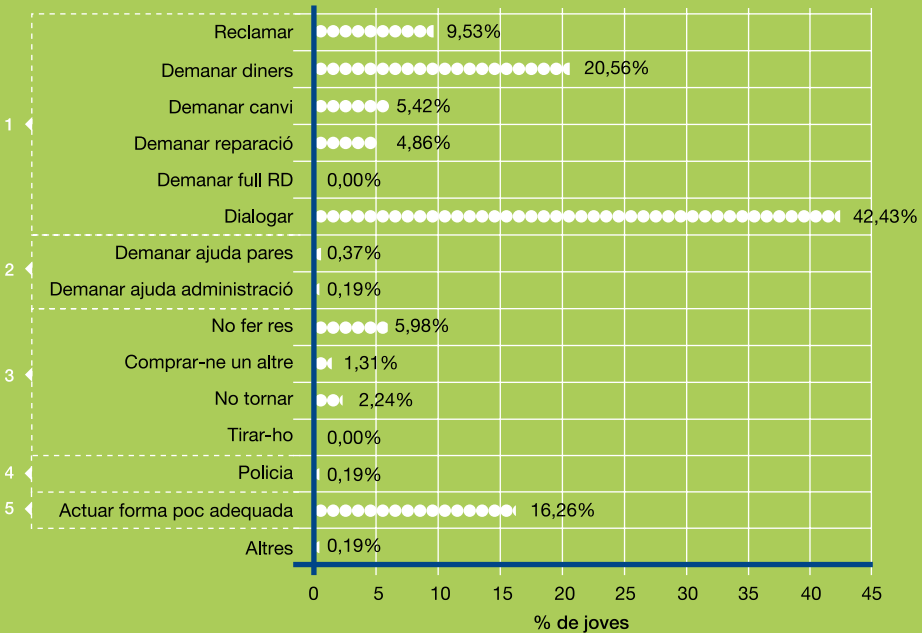
- Tres quartes parts dels joves (75,16%) seguirien el procediment legal de reclamació en aquesta situació de conflicte, la majoria dels quals dialogarien amb l'establiment.
- En segon lloc, el 22,67% dels joves es conformarien amb el problema, la majoria dels quals contractarien un altre servei.
- El percentatge de joves que s'adreçarien a la policia és superior al percentatge de joves que demanarien el full de reclamació/denúncia o demanarien ajuda a l'Administració pública.

Davant aquesta situació, els joves justificarien la seva actuació de la manera següent:

- Quasi la meitat dels joves utilitzen justificacions relacionades amb aspectes personals, concretament al·legant que necessiten el producte.
- En segon lloc, quasi el 40% dels joves justifiquen la seva acció fent referència al fet que el preu del servei és car.
- En tercer lloc, poc més del 10% dels joves justifiquen la seva acció considerant els efectes que pot tenir per als altres consumidors.

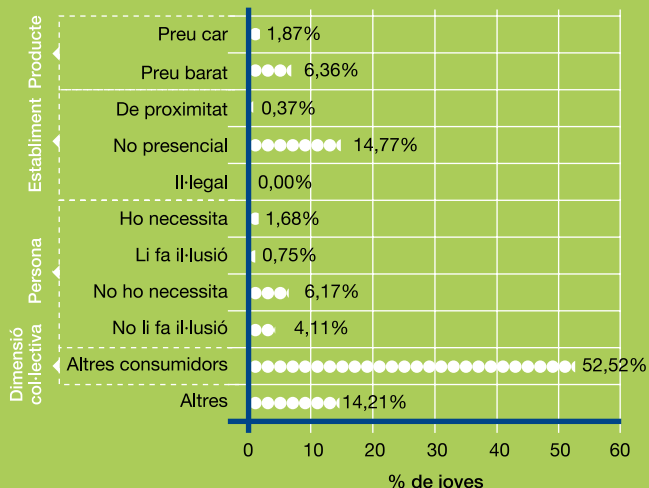
2.1.c- En una situació de conflicte relacionada amb la compra d'una beguda en una màquina, com actuarien els joves i justificarien la seva acció?

Accions davant un conflicte (subcategories)



- 1 - Seguir el procediment legal de reclamació - denúncia
- 2 - Informar-se per resoldre el conflicte
- 3 - Conformer-se amb el problema
- 4 - Seguir un procediment alternatiu de reclamació
- 5 - Seguir un procediment no recomanable

Tipus de justificacions (subcategories)



Davant aquesta situació, els joves tendrien a actuar de la manera següent:

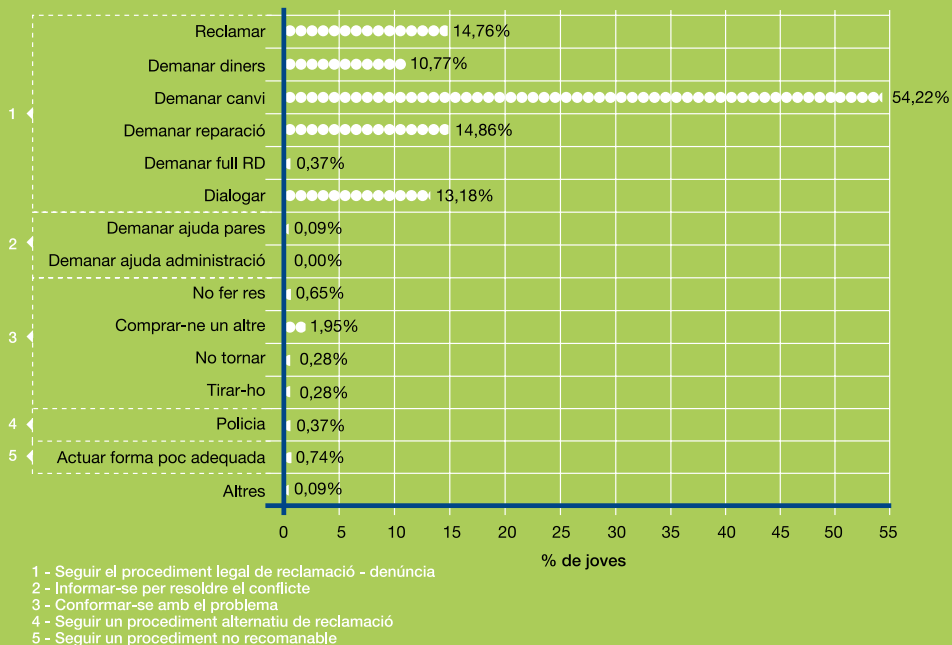
- La gran majoria de joves (82.8%) seguirien el procediment legal de reclamació, la major part dels quals dialogarien amb l'establiment.
- En segon lloc, un 16% dels joves actuarien de forma poc adequada i, en tercer lloc, quasi un 10% dels joves es conformarien amb el problema.
- Cap jove no demanaria el full de reclamació/denúncia.
- El percentatge de joves que actuarien de forma poc adequada és superior al percentatge de joves que reclamarien.

Davant aquesta situació, els joves justificarien la seva actuació de la manera següent:

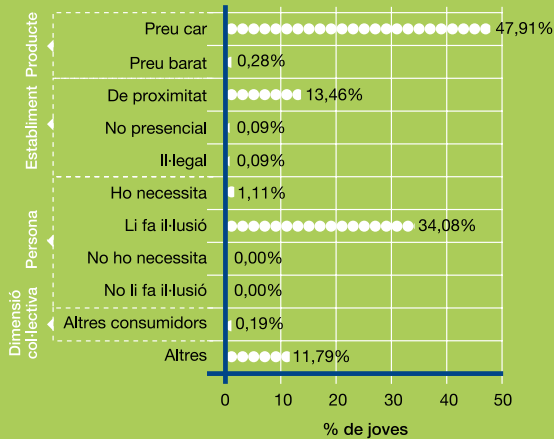
- La meitat dels joves justificarien la seva acció fent referència a les conseqüències per als altres consumidors.
- En segon lloc, els joves utilitzarien justificacions relacionades amb l'establiment (concretament, al·legant que és no presencial); en tercer lloc, utilitzarien altres tipus de justificacions.
- El 12,71% fan referència a justificacions relacionades amb aspectes personals, la major part de les quals se centren en el fet que es tracta d'un producte que no necessiten i que no els fa il·lusió.
- El 8,22% dels joves fan referència a justificacions relacionades amb el producte, la majoria dels quals al·legant que el preu és barat.

2.1.d- En un conflicte relacionat amb la compra d'un MP3 que els feia molta il·lusió, en una botiga propera, com actuarien els joves i justificarien la seva acció?

Accions davant un conflicte (subcategories)



Tipus de justificacions (subcategories)



Davant aquesta situació, els joves tendrien a actuar de la manera següent:

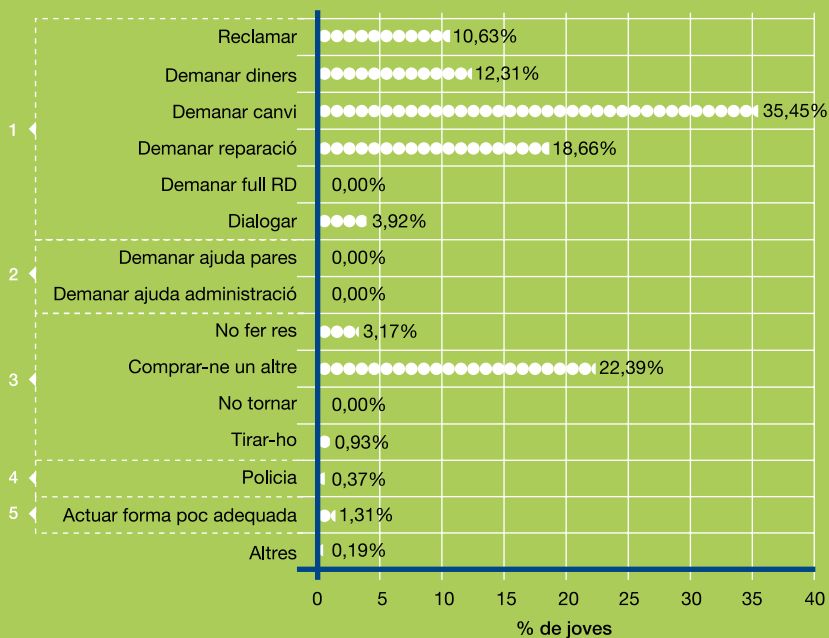
- Tots els joves seguirien el procediment legal de reclamació, i més d'un 50% demanarien a la botiga que els canviessin el producte.
- Molts pocs joves demanarien el full de reclamació/denúncia.
- La resta d'accions han estat citades en percentatges insignificants.

Davant aquesta situació, els joves justificarien la seva actuació de la manera següent:

- Quasi la meitat dels joves (48,19%) fan referència a justificacions relacionades amb el producte, concretament, amb el preu car.
- La segona justificació més citada (35,19%) està relacionada amb aspectes personals, concretament amb el fet que el producte els fa il·lusió.
- Poc més d'un 10% dels joves justifiquen la seva acció fent referència al fet que és un establiment de proximitat o a altres justificacions.

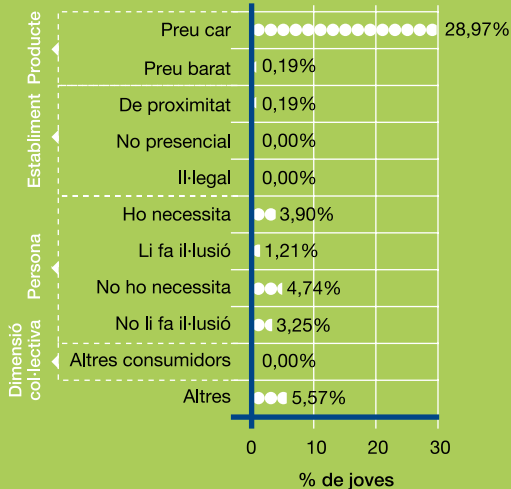
2.1.e- En una situació de conflicte relacionada amb la compra d'uns pantalons molt cars per anar a un casament, com actuarien els joves i justificarien la seva acció?

Accions davant un conflicte (subcategories)



- 1 - Seguir el procediment legal de reclamació - denúncia
- 2 - Informar-se per resoldre el conflicte
- 3 - Conformar-se amb el problema
- 4 - Seguir un procediment alternatiu de reclamació
- 5 - Seguir un procediment no recomanable

Tipus de justificacions (subcategories)



Davant aquesta situació, els joves tendrien a actuar de la manera següent:

- La majoria de joves (80,97%) seguirien el procediment legal de reclamació, i d'aquests la major part demanarien que la botiga els canviés el producte.
- En segon lloc, un 26,49% dels joves es conformarien amb el problema, concretament comprarien un altre producte.
- El percentatge de joves que comprarien un altre producte és superior al percentatge de joves que demanarien que els arreglessin el producte, que els tornessin els diners, que reclamarien o que dialogarien amb l'establiment.

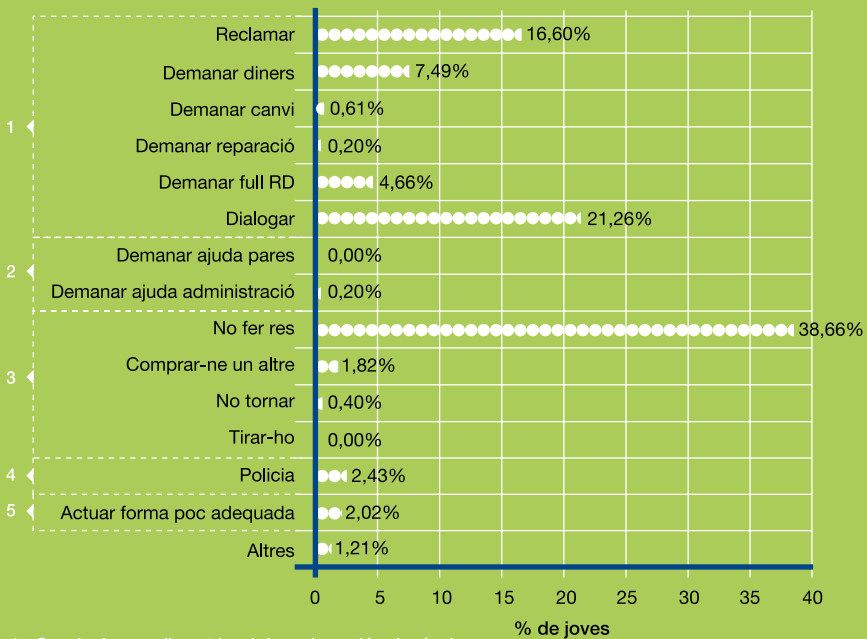
- Cap jove no demanaria el full de reclamació/denúncia, demanaria ajuda als pares o a l'Administració pública o decidiria no tornar a la botiga.

Davant aquesta situació, els joves justificarien la seva actuació de la manera següent:

- La justificació més utilitzada està relacionada amb el producte, concretament amb el preu car.
- En segon lloc, el 13,09% dels joves justifica la seva acció fent referència a aspectes personals.
- El percentatge de joves que justifique que no necessiten el producte és molt semblant al percentatge que justifiquen que sí que el necessiten.
- El percentatge de joves que justifiquen que no els fa il·lusió el producte és lleugerament superior al percentatge de joves que justifiquen que sí que els fa il·lusió.

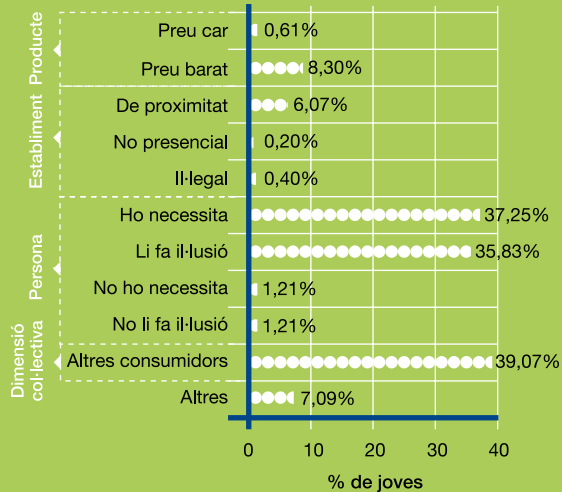
2.1.f- En una situació de conflicte relacionada amb un retard en el transport públic quant havien quedat amb uns amics, com actuarien els joves i justificarien la seva acció?

Accions davant un conflicte (subcategories)



- 1 - Seguir el procediment legal de reclamació - denúncia
- 2 - Informar-se per resoldre el conflicte
- 3 - Conformar-se amb el problema
- 4 - Seguir un procediment alternatiu de reclamació
- 5 - Seguir un procediment no recomanable

Tipus de justificacions (subcategories)



Davant aquesta situació, els joves tendrien a actuar de la manera següent:

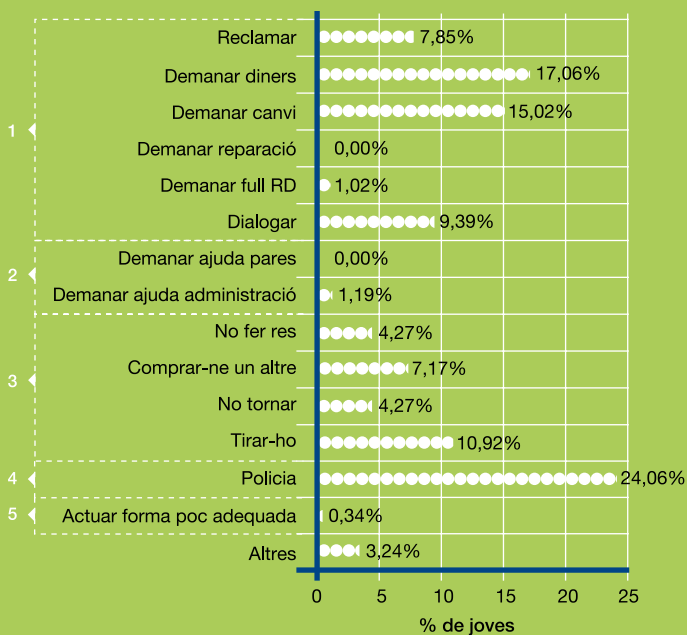
- La meitat dels joves (50,81%) seguirien el procediment legal de reclamació, la majoria dels quals dialogarien amb l'establiment o reclamarien.
- En segon lloc, quasi la meitat dels joves (40,89%) es conformarien amb el problema, concretament no hi farien res.
- Quasi un 5% dels joves demanarien el full de reclamació/denúncia.

Davant aquesta situació, els joves justificarien la seva actuació de la manera següent:

- Tres quartes parts dels joves (el 75,5%) justifiquen la seva acció fent referència a aspectes personals, la majoria dels quals al·legant que necessiten contractar aquest servei i els fa il·lusió.
- En segon lloc, quasi el 40% dels joves justifiquen la seva acció fent referència al fet que podria tenir efectes en els altres consumidors.
- En percentatges més baixos (8,91%, 7,09% i 6,68%), les justificacions es relacionen amb el producte, concretament amb el preu barat; amb altres tipus de justificacions; i amb el tipus d'establiment, concretament amb un establiment de proximitat.

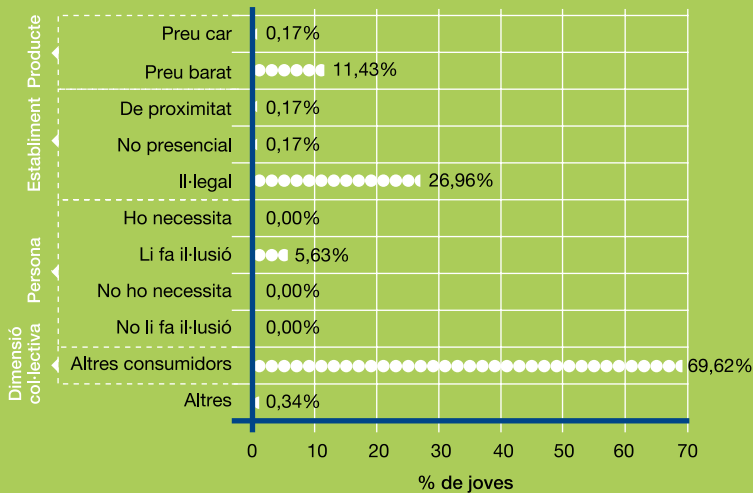
2.1.g- En una situació de conflicte relacionada amb la toxicitat d'una joguina que costa 3 € que han comprat en una botiga de legalitat dubtosa, com actuarien els joves i justificarien la seva acció?

Accions davant un conflicte (subcategories)



- 1 - Seguir el procediment legal de reclamació - denúncia
- 2 - Informar-se per resoldre el conflicte
- 3 - Conformatar-se amb el problema
- 4 - Seguir un procediment alternatiu de reclamació
- 5 - Seguir un procediment no recomanable

Tipus de justificacions (subcategories)



Davant aquesta situació, els joves tendrien a actuar de la manera següent:

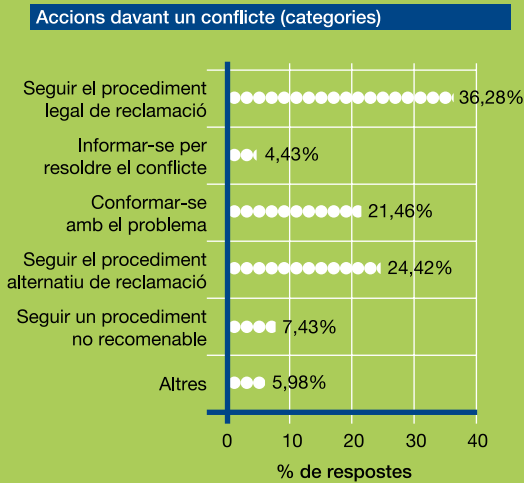
- Quasi la meitat dels joves (50,34%) seguirien el procediment legal de reclamació, la majoria dels quals demanarien que els tornessin els diners o que els canviessin el producte.
- En segon lloc, el 26,62% dels joves es conformarien amb el problema (majoritàriament, en comprarien un altre); en tercer lloc, el 24,06% dels joves seguirien un procediment alternatiu de reclamació o denúncia i s'adreçarien a la policia.
- El percentatge de joves que s'adreçarien a la policia és superior al percentatge de qualsevol de les subcategories aïllades que formen part de la categoria "seguir el procediment legal de reclamació" o "conformar-se amb el problema".

Davant aquesta situació, els joves justificarien la seva actuació de la manera següent:

- La justificació més utilitzada fa referència als efectes que podria tenir la seva acció per als altres consumidors.
- En segon lloc, els joves han justificat les seves accions fent referència a la il·legalitat de la botiga.
- En tercer lloc, l'11,60% dels joves han utilitzat justificacions relacionades amb el fet que el preu del producte és barat.

2.2- En general, com actuarien els joves davant un conflicte de consum?

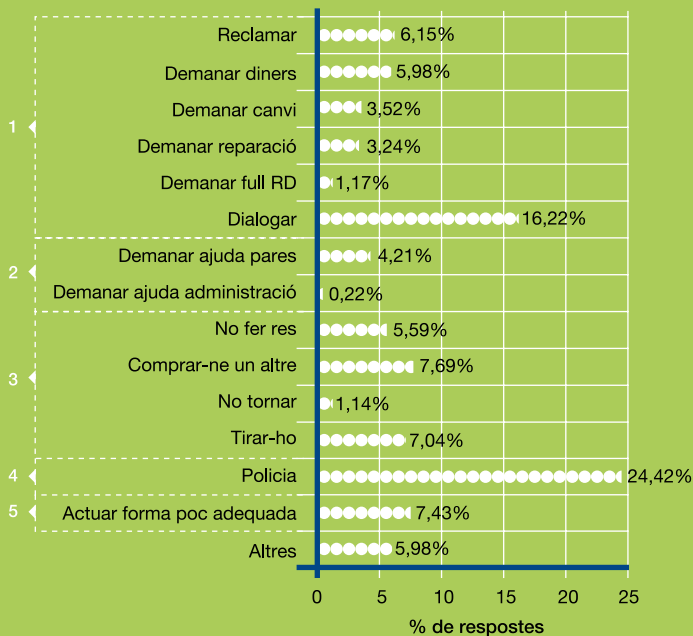
Aquestes dades s'obtenen a partir de les dades de cada situació. Com que cada alumne responia dues situacions, el percentatge es calcula amb relació a les respostes i no amb relació als alumnes.



Pel que fa a les categories, davant un conflicte de consum general...

- La major part dels joves tendrien a seguir el procediment legal de reclamació.
- En segon lloc, els joves seguirien un procediment alternatiu de reclamació i, en tercer lloc, es conformarien amb el problema.
- El percentatge de joves que seguirien un procediment alternatiu de reclamació, que seguirien un procediment no recomenable per resoldre els conflictes de consum o que es conformarien amb el problema és superior al percentatge de joves que s'informarien sobre com resoldre'l.
- Informar-se per resoldre el conflicte és la categoria menys citada.

Accions davant un conflicte (subcategories)



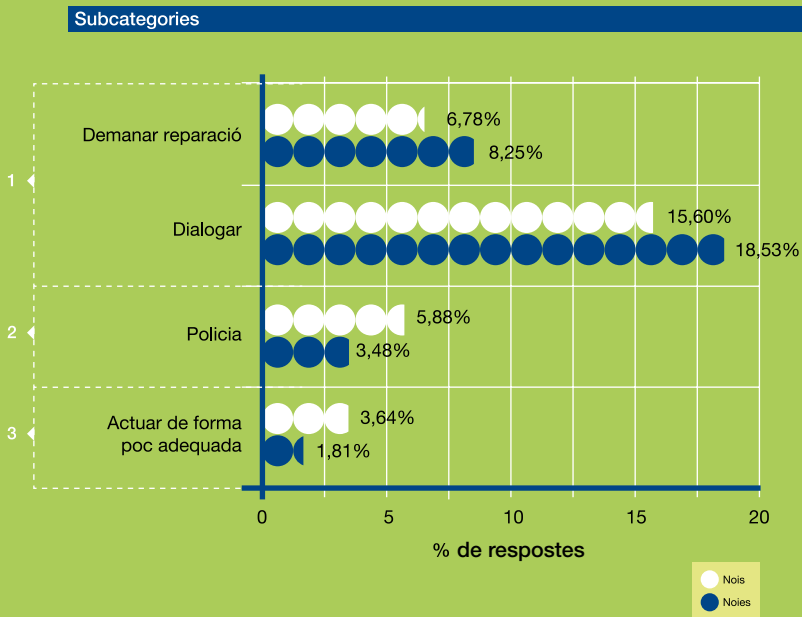
- 1 - Seguir el procediment legal de reclamació - denúncia
- 2 - Informar-se per resoldre el conflicte
- 3 - Conformar-se amb el problema
- 4 - Seguir un procediment alternatiu de reclamació
- 5 - Seguir un procediment no recomanable

Pel que fa a les subcategories, davant d'un conflicte de consum general...

- Els joves tendrien a adreçar-se a la policia en primer lloc i, en segon lloc, a dialogar amb l'establiment.
- Els joves tendrien a comprar un altre producte, a actuar de forma poc adequada o a llençar el producte abans que reclamar.

- Els joves que seguirien el procediment legal de reclamació tendrien a dialogar amb l'establiment abans que reclamar, demanar que els tornin els diners o el producte, demanar una reparació o demanar un full de reclamació/denúncia.
- Per demanar informació sobre els conflictes de consum, els joves tendrien a dirigir-se als pares abans que a l'Administració pública.
- Els joves que es conformarien amb el problema, tendrien a comprar un altre producte o a llençar-lo, abans que quedar-se sense fer res o no tornar a l'establiment.
- Demanar un full de reclamació-denúncia o demanar ajuda a l'Administració pública han estat citades per menys d'un 2% dels joves.

2.2.a- Quines accions presenten diferències entre nois i noies?



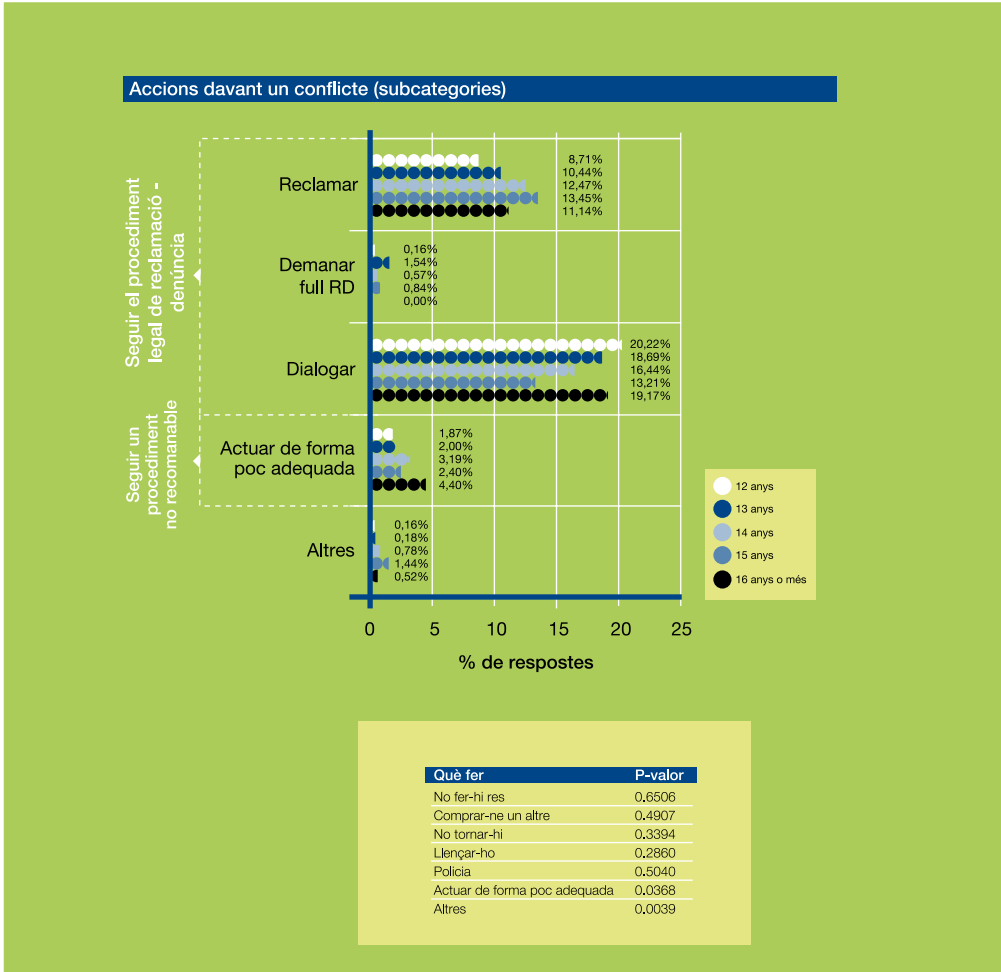
- 1 - Seguir el procediment legal de reclamació - denúncia
- 2 - Seguir un procediment alternatiu de reclamació
- 3 - Seguir un procediment no recomanable

Què fer	P-valor
Reclamar	0,3461
Demander diners	0,3021
Demander canvi	0,1147
Demander reparació	0,0265
Demander full R/D	0,5711
Dialogar	0,0015
Demander ajuda pares	0,1962
Demander ajuda Administració	0,7434
No fer res	0,3533
Comprar-ne un altre	0,9567
No tornar-hi	0,2656
Llençar-ho	0,6257
Polícia	0,0005
Actuar de forma poc adequada	0,0004
Altres	0,2127

Aquestes dades s'obtenen a partir de les dades de cada situació. Com que cada alumne responia dues situacions, el percentatge es calcula amb relació a les respostes i no amb relació als alumnes.

- Demanar la reparació del producte o servei, dialogar amb l'establiment, adreçar-se a la policia o actuar de forma poc adequada presenten diferències entre nois i noies.
- En les seves respostes, les noies fan més referència a accions com demanar una reparació o dialogar amb l'establiment que els nois.
- Les respostes dels nois fan més referència a accions com adreçar-se a la policia o actuar de forma poc adequada que les noies.

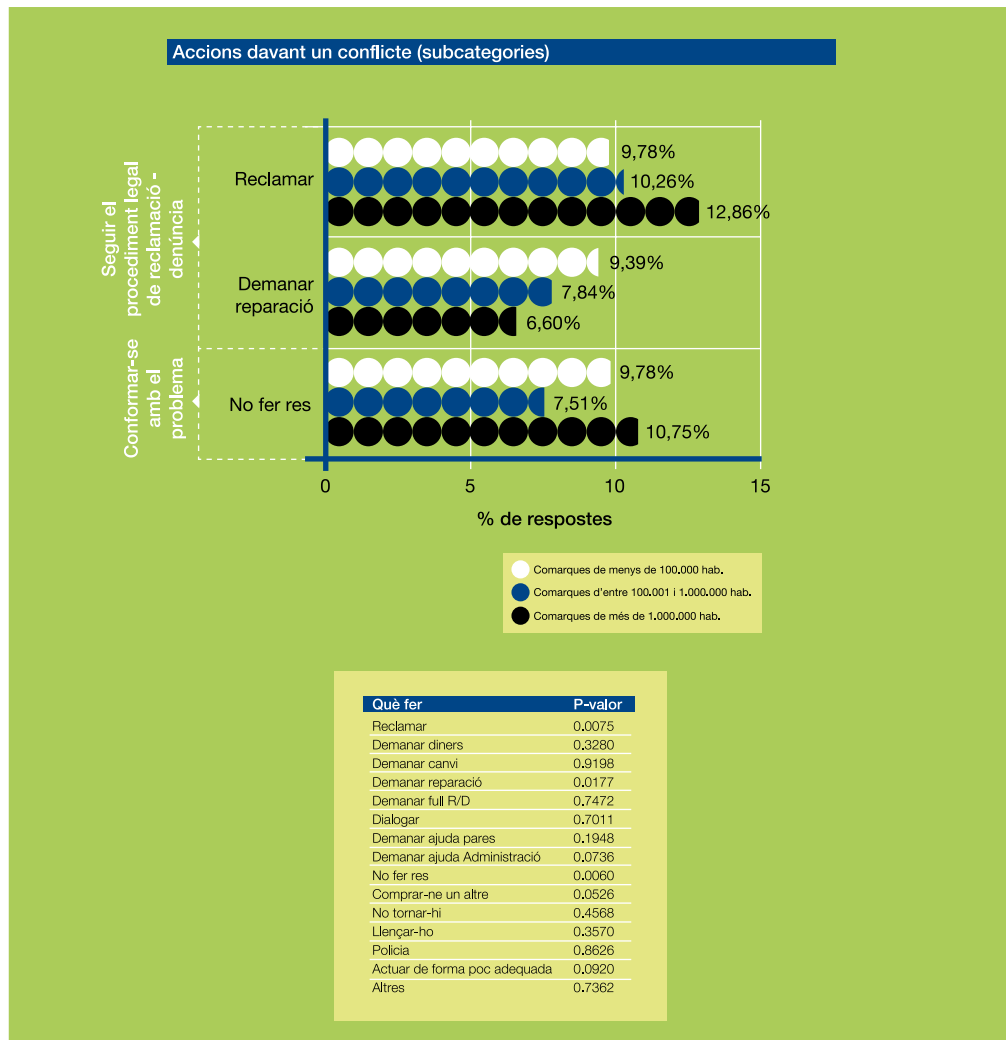
2.2.b- Quines accions presenten diferències segons l'edat dels joves?



- L'acció de reclamar, de demanar el full de reclamació/denúncia, de dialogar amb l'establiment, d'actuar de forma poc adequada o altres accions presenten diferències estadísticament significatives segons l'edat dels joves.

- A mesura que augmenta l'edat dels joves, augmenta el percentatge de respostes que fan referència a les reclamacions i a les accions violentes.
- Dels 12 als 15 anys, a mesura que augmenta l'edat dels joves, disminueix el percentatge de respostes que fan referència al diàleg. No obstant això, els joves de 16 anys o més fan referència al diàleg en percentatges similars als dels joves de 12 o 13 anys.
- Demanar un full de reclamació/denúncia davant un conflicte de consum presenta variacions significatives amb l'edat dels joves, però no obeeix a cap patró cronològic: en percentatge, els joves de 13 anys són els que tendirien més a demanar un full de reclamació/denúncia, i els joves de 12 anys, els que menys. Cap jove de 16 anys o més no ha fet referència al full de reclamació/denúncia.

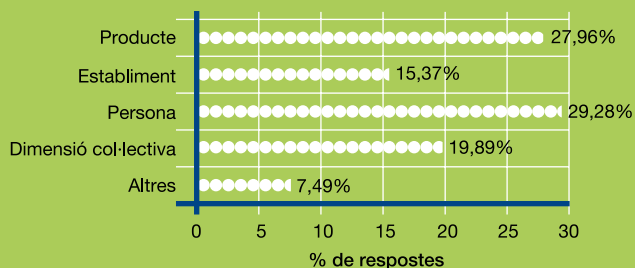
2.2.c- Quines accions presenten diferències segons la localitat on viuen els joves?



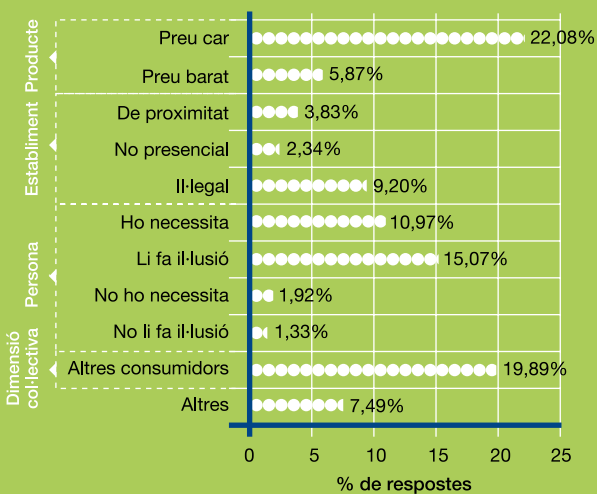
- L'acció de reclamar, de demanar la reparació del producte o servei i l'acció de no fer-hi res són les úniques que presenten diferències estadísticament significatives segons la localitat on viuen els joves.
- Com més gran és la comarca on viuen els joves, més tendeixen a reclamar en cas de conflicte de consum, i menys a demanar una reparació.
- L'acció de no fer res davant els conflictes de consum ha estat citada sobretot per joves de comarques de més d'1.000.000 d'habitants, seguides de comarques de menys de 100.000 habitants. Els joves de comarques de menys de 100.001 habitants són els que menys tendeixen a no fer res davant els conflictes de consum.

2.3- En general, com justifiquen els joves la seva acció davant un conflicte de consum?

Tipus de justificacions (categories)



Tipus de justificacions (subcategories)



Aquestes dades s'obtenen a partir de les dades de cada situació. Com que cada alumne responia dues situacions, el percentatge es calcula amb relació a les respostes i no amb relació als alumnes.

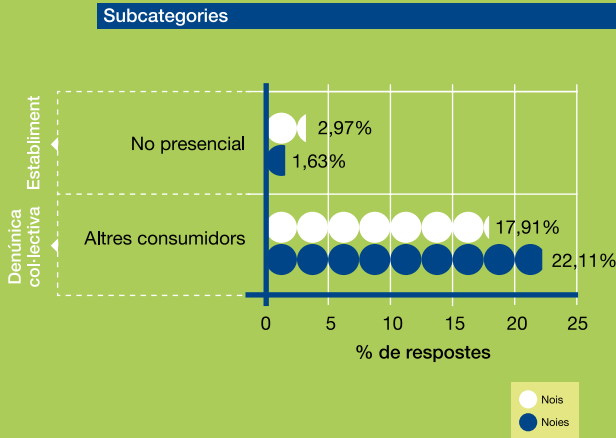
En general, pel que fa a les categories...

- La major part de respostes utilitzen justificacions relacionades amb aspectes personals o amb el producte.
- Els joves utilitzen més justificacions relacionades amb la dimensió col·lectiva del consum que justificacions relacionades amb el tipus d'establiment.

En concret, pel que fa a les subcategories...

- La major part de justificacions fan referència al fet que el preu del producte o servei és car; en segon lloc, al fet que la seva acció tindria efectes per a les altres persones.
- La tercera justificació més utilitzada és la il·lusió que els fa el producte o servei.
- Amb relació a les justificacions personals, la il·lusió és un argument més utilitzat que la necessitat.
- Amb relació a l'establiment, la major part de justificacions fan referència a la seva legalitat; en canvi, el fet de ser presencial o no és poc utilitzat com a justificació.

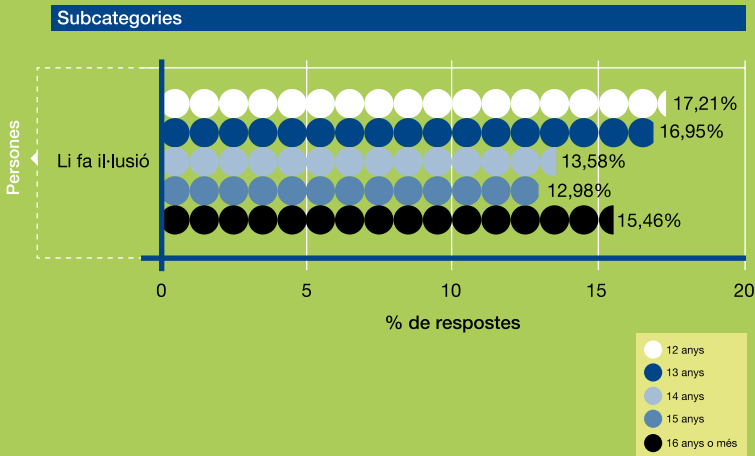
2.3.a- Quines justificacions presenten diferències entre nois i noies?



Per què	P-valor
Preu car	0,6057
Preu barat	0,0548
De proximitat	0,1806
No presencial	0,0022
Il·legal	0,7915
Ho necessita	0,6889
Li fa il·lusió	0,8521
No ho necessita	0,2459
No li fa il·lusió	0,5009
Benefici social	0,0008
Altres	0,9251

- Les justificacions relacionades amb el fet que l'establiment és no presencial o amb l'efecte que pot tenir per als altres consumidors són les úniques que presenten diferències estadísticament significatives entre nois i noies.
- El nois tendeixen a utilitzar més les justificacions referents als establiments no presencials que les noies.
- Les noies tendeixen a referir-se més al benefici social que els nois.

2.3.b- Quines justificacions presenten diferències segons l'edat dels joves?



Per què	P-valor
Preu car	0.3370
Preu barat	0.8250
De proximitat	0.5990
No presencial	0.1049
Il·legal	0.4705
Ho necessita	0.2131
Li fa il·lusió	0.0152
No ho necessita	0.1748
No li fa il·lusió	0.9126
Benefici social	0.9801
Altres	0.8003

- La justificació relacionada amb la il·lusió que fa un producte o servei és l'única que presenta diferències estadísticament significatives segons l'edat dels joves.
- Entre els 12 i els 15 anys, a mesura que es fan grans, els joves tendeixen a utilitzar menys les justificacions referents a la il·lusió que els fa el producte o servei.
- No obstant això, els joves de 16 anys o més tendeixen a utilitzar més justificacions relacionades amb la il·lusió que els joves de 14 anys.

2.3.c- Quines justificacions presenten diferències segons la localitat on viuen els joves?

Per què	P-valor
Preu car	0,4454
Preu barat	0,1539
De proximitat	0,0830
No presencial	0,1020
Il·legal	0,4793
Ho necessita	0,8807
Li fa il·lusió	0,7423
No ho necessita	0,2700
No li fa il·lusió	0,1139
Benefici social	0,5238
Altres	0,6681

- No hi ha cap justificació que presenti diferències estadísticament significatives segons la localitat on viuen els joves.

2.4- Hi ha relació entre el tipus d'accions i les justificacions?

Què fer	Per què										
	preu car	preu barat	proximitat	no presencial	l·legal	ho necessita	l·fa il·lusió	no ho necessita	no l·fa il·lusió	benefici social	altres
Reclamar	0,9832	-0,0581	0,0162	-0,0154	-0,0677	0,0628	0,0135	-0,0209	-0,0097	0,0191	0,0571
Demanar diners	-0,0169	-0,0230	-0,0031	-0,0131	-0,0232	-0,0384	-0,0125	0,0230	0,0211	0,0785	0,0468
Demanar canvi	0,1945	-0,0432	0,0749	-0,0404	-0,0788	-0,1512	0,1446	-0,0194	-0,0142	-0,2030	0,0782
Demanar reparació	0,1334	-0,0640	0,0368	-0,0227	-0,0092	0,0324	0,0187	-0,0159	0,0094	-0,0854	0,0281
Demanar full RD	-0,0066	-0,0082	-0,0138	-0,0125	-0,0067	0,0283	0,0140	-0,0119	-0,0106	0,0234	-0,0047
Diàlegar	-0,0340	-0,0568	-0,0186	0,0316	-0,1093	0,1202	-0,0154	-0,0206	-0,0110	0,1533	-0,0185
Demanar ajuda pares	-0,0004	-0,0023	-0,0023	-0,0022	-0,0023	0,0015	0,0006	-0,0022	-0,0022	-0,0002	-0,0023
Demanar ajuda administració	-0,0046	-0,0045	-0,0044	-0,0043	0,0089	0,0030	-0,0046	-0,0042	-0,0040	0,0101	-0,0045
No fer res	-0,1541	0,1848	-0,0270	0,0053	0,2476	0,0084	-0,0114	0,0365	0,0217	-0,0580	-0,0607
Comprar-ne un altre	0,0242	0,0268	-0,0441	0,0088	-0,0470	0,1224	-0,0448	0,0471	0,0343	-0,0742	-0,0588
No tornar	-0,0195	0,0119	-0,0246	0,0350	0,0796	-0,0025	-0,0183	0,0010	-0,0038	0,0105	-0,0287
Trar-ne	-0,0520	0,2144	-0,0225	-0,0283	0,1378	-0,0489	-0,0428	-0,0085	-0,0092	0,0536	-0,0455
Polícia	-0,0663	-0,0239	-0,0365	-0,0283	0,1389	-0,0271	-0,0436	-0,0234	-0,0230	0,1550	-0,0499
Actuar forma violenta	-0,0440	0,0252	-0,0290	0,2420	-0,0324	-0,0167	-0,0271	0,0318	0,0127	-0,0088	0,0322
Altres	-0,0114	-0,0124	-0,0118	-0,0106	0,0133	-0,0129	-0,0077	0,0065	0,0126	0,0284	-0,0074

Valor de les associacions
entre variables a partir
del coeficient Kappa

Valor de k	Associació
< 0,20	Pobre
0,21 - 0,40	Debil
0,41 - 0,60	Moderada
0,61 - 0,80	Bona
0,81 - 1,00	Molt bona

- Entre les accions davant un conflicte de consum i les justificacions que n'utilitzen els joves hi ha algunes associacions estadísticament significatives. Tot i que quasi totes són de caràcter pobre, les més significatives són:

Pel que fa a les accions concretes considerades dins la categoria "procediment legal de reclamació", l'alumnat de secundària tendeix a...

- ... **demanar que els canviïn el producte o servei** quan el consideren car o quan els fa il·lusió; i no acostumen a demanar que els canviïn el producte quan es tracta d'un conflicte que pot afectar els altres consumidors o quan necessiten el producte/servei.

- ... **demanar que els reparin el producte o servei** quan consideren que és un producte car.
- ... **dialogar** davant un conflicte de consum quan pot afectar els altres consumidors o quan necessiten el producte o servei; acostumen a no dialogar amb l'establiment quan l'establiment és il·legal.

Pel que fa a les accions concretes considerades dins la categoria “conformar-se amb el problema”, l'alumnat de secundària tendeix a...

- ... **no fer-hi res** normalment quan es tracta d'un conflicte amb un establiment il·legal o quan el preu és barat. En canvi, no es porta a terme quan el preu és car.
- ... **comprar-ne un altre** quan tenen un conflicte amb algun producte o servei que necessiten.
- ... **llençar el producte** que han comprat quan tenen un conflicte de consum amb un producte barat o quan la botiga és il·legal.

Pel que fa a les accions concretes considerades dins la categoria “seguir un procediment alternatiu de reclamació”, l'alumnat de secundària tendeix a...

- ... adreçar-se a la **policia** quan en un conflicte de consum hi ha en joc el benefici social o quan estan en un establiment il·legal.

Pel que fa a les accions concretes considerades dins la categoria “seguir un procediment no recomanable”, l'alumnat de secundària tendeix a...

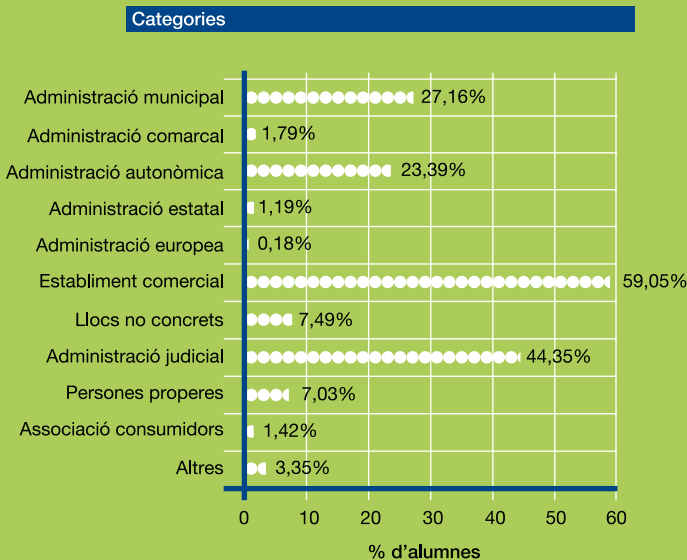
- ... **actuar de forma poc adequada** en cas d'un conflicte de consum amb un establiment no presencial.

A.3- Resultats relacionats amb el tercer objectiu de recerca

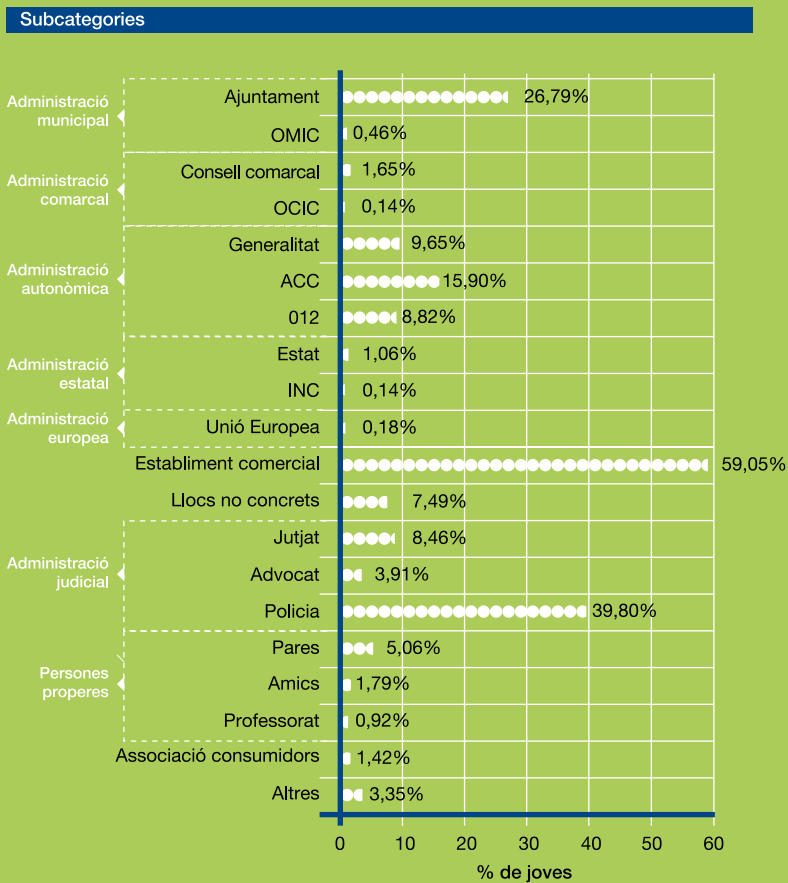
3.1- On s'adreçarien els joves de secundària de Catalunya per resoldre els seus conflictes de consum?

Els percentatges no sumen 100% perquè els alumnes podien citar més d'una resposta.

La suma de percentatges de les subcategories pot ser que no es correspongui amb el percentatge de la categoria a la qual pertany, ja que cada alumne podia citar més d'una subcategoria de cada categoria.

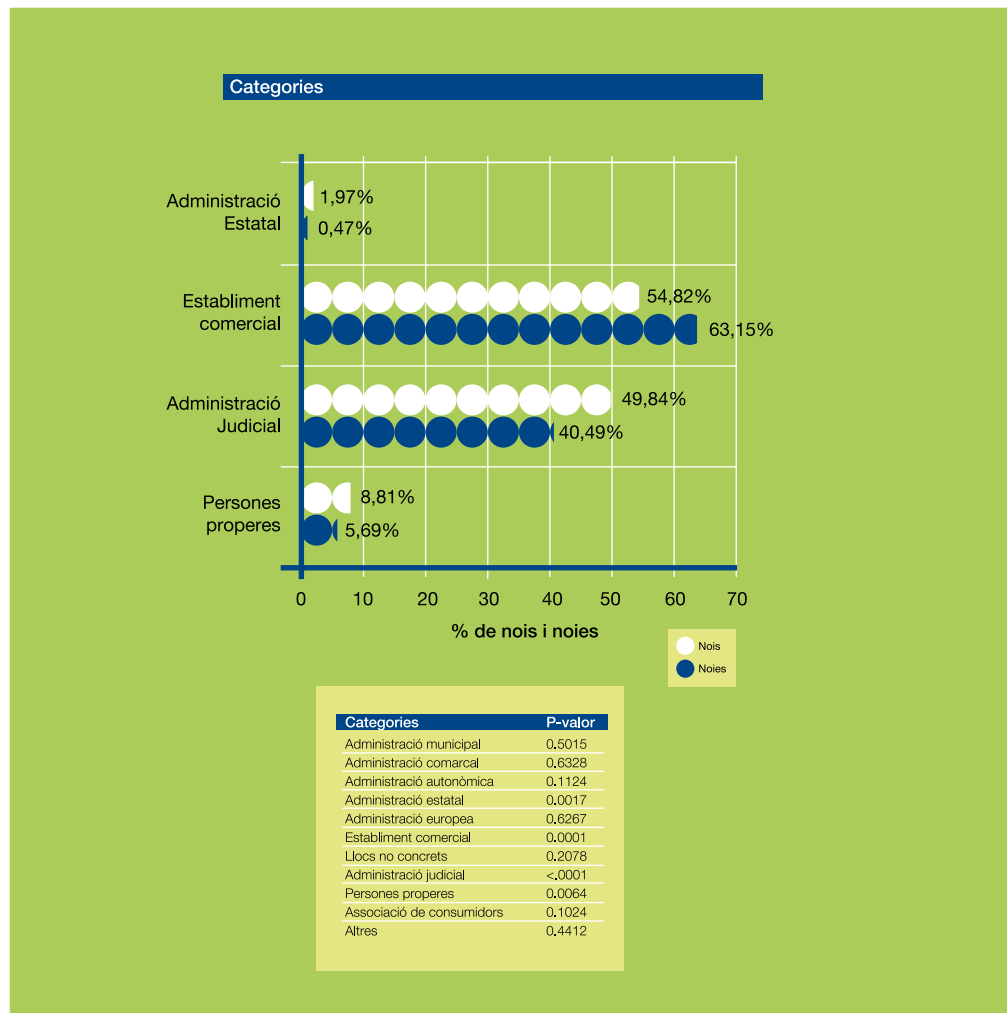


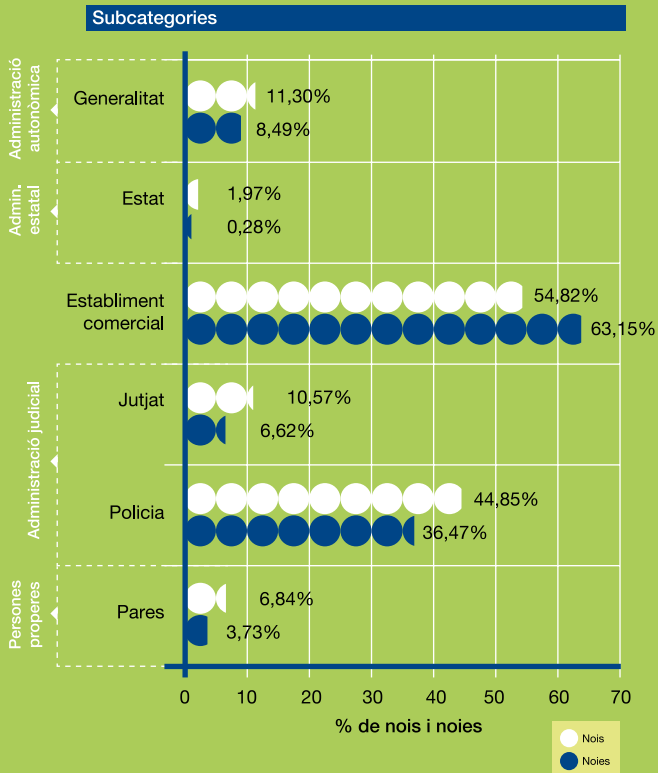
4. Resultats de la recerca



- En general, pel que fa a les categories...
 - La majoria de joves s'adreçarien a l'establiment comercial per resoldre els seus conflictes de consum, en un percentatge proper al 60%.
 - En segon lloc, els joves s'adreçarien a l'Administració judicial; en tercer lloc, a l'Administració municipal; i, en quart lloc, a l'Administració autonòmica.
 - Una minoria molt poc significativa (menys d'un 2% dels joves) s'adreçarien a l'Administració comarcal, estatal o europea.
 - Hi ha més joves que s'adreçarien a persones properes per resoldre els conflictes de consum que a les administracions comarcal, estatal o europea, o a una associació de consumidors.
- Concretament, pel que fa a les subcategories...
 - La gran majoria de respostes (77,11%) s'adreçarien a una entitat específica de consum (OMIC, OCIC, ACC, INC, a l'establiment comercial o associació de consumidors).
 - Entre les institucions públiques específiques de consum, l'ACC és la més coneguda entre els joves. Les OMIC, les OCIC, la INC tenen una presència molt poc significativa, inferior a l'1%.
 - Entre els joves que s'adreçarien a l'Administració autonòmica per resoldre els seus conflictes de consum, la majoria anirien a l'Agència Catalana del Consum (ACC).
 - El percentatge de joves que s'adreçarien a la policia per resoldre els seus conflictes de consum és més del doble que el percentatge de joves que s'adreçarien a l'ACC.
 - Entre els joves que s'adreçarien a l'Administració municipal per resoldre els seus conflictes de consum, la gran majoria ho farien a l'Ajuntament en general, sense especificar el lloc concret.
 - Entre els joves que s'adreçarien a les persones properes per solucionar els seus conflictes de consum, la majoria es dirigiria als pares, i una minoria molt poc significativa al professorat.

3.1.a- Quines respostes presenten diferències entre nois i noies?



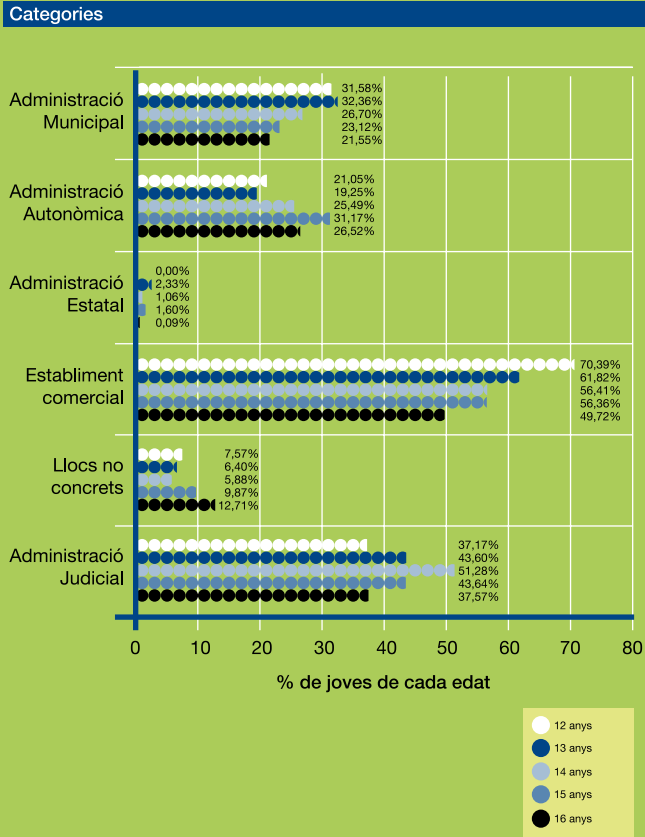


Subcategories	P-valor
Ajuntament	0.4261
OMIC	0.5316
Consell Comarcal	0.3036
OCIC	0.1061
Generalitat	0.0335
ACC	0.9311
012	0.1980
Estat	0.0002
INC	0.5011
Administració europea	0.4737
Establiment comercial	0.0001
Llocs no concrets	0.2078
Jutjat	0.0335
Advocat	0.0433
Policia	0.9311
Pares	0.0016
Amics	0.8754
Professorat	0.6447
Associació de consumidors	0.1024
Altres	0.2035

La suma de percentatges no equival a 100% perquè cada alumne podia citar més d'una resposta.

- En general, pel que fa a les categories...
 - L'Administració estatal, el professional, l'Administració judicial i les persones properes presenten diferències estadísticament significatives entre nois i noies.
 - Més noies que nois s'adreçarien a l'establiment comercial per resoldre els seus conflictes de consum.
 - Més nois que noies s'adreçarien a l'Administració estatal o judicial, o a les persones properes per resoldre els seus conflictes de consum.
- Concretament, pel que fa a les subcategories...
 - La Generalitat, l'Estat, l'establiment comercial, els jutjats, la policia o els pares presenten diferències estadísticament significatives entre nois i noies.
 - Més nois que noies s'adreçarien a la Generalitat de Catalunya, als jutjats o a la policia per resoldre els seus conflictes de consum.
 - La resta de subcategories obeeixen als mateixos patrons que les categories a les quals pertanyen.

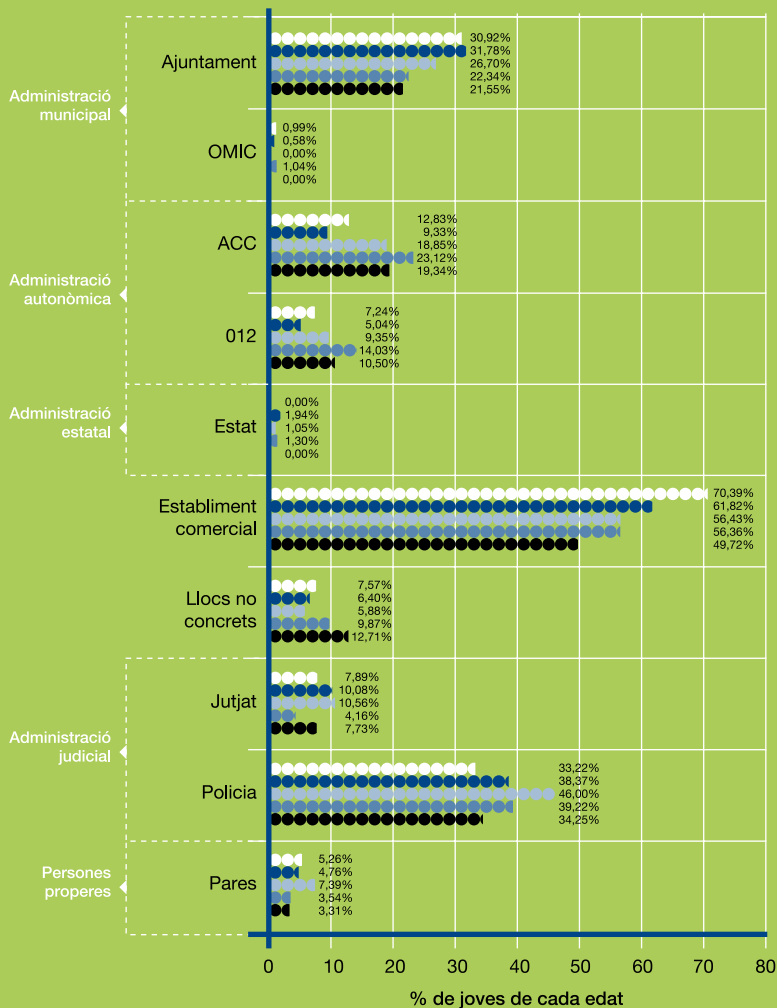
3.1.b- Quines respostes presenten diferències segons l'edat dels joves?



Categories	P-valor
Administració municipal	0,0035
Administració comarcal	0,1273
Administració autonòmica	<.0001
Administració estatal	0,0028
Administració europea	0,2835
Establiment comercial	<.0001
Llocs no concrets	0,0096
Administració judicial	0,0001
Persones properes	0,1249
Associació de consumidors	0,0976
Altres	0,3030

4. Resultats de la recerca

Subcategories



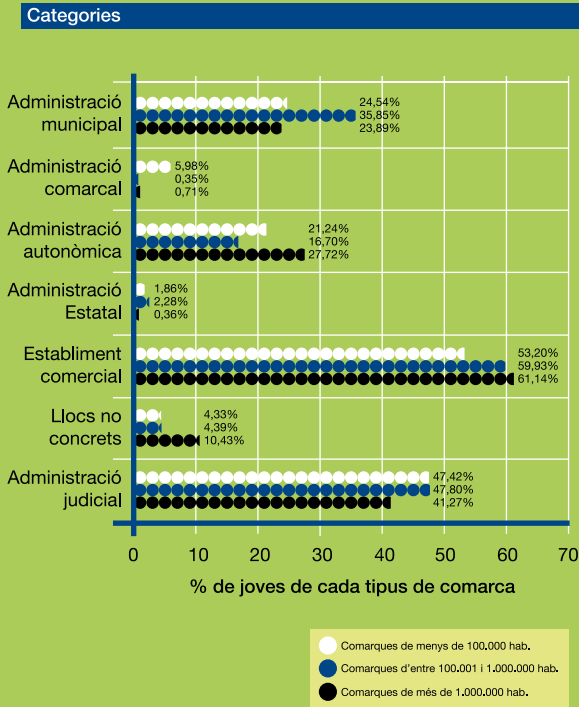
Subcategories	P-valor
Ajuntament	0,0044
OMIC	0,0228
Consell Comarcal	0,1187
CCIC	0,2825
Generalitat	0,7029
ACC	<.0001
012	<.0001
Estat	0,0088
INC	0,2378
Administració europea	0,5989
Establiment comercial	<.0001
Llocs no concrets	0,0096
Jutjat	0,7029
Advocat	0,0029
Polícia	<.0001
Pares	0,0322
Amics	0,4493
Professorat	0,1487
Associació de consumidors	0,0976
Altres	0,3030

La suma de percentatges no equival a 100% perquè cada alumne podia citar més d'una resposta.

- En general, pel que fa a les categories...
 - L'Administració municipal, l'autonòmica, l'estatal, el professional, els punts d'informació sense concretar i l'Administració judicial presenten diferències estadísticament significatives segons l'edat dels joves.
 - A mesura que els joves es fan grans, tendeixen a adreçar-se menys a l'Administració municipal i al professional per resoldre els conflictes de consum, i més a l'Administració autonòmica i a punts d'informació sense concretar.
 - El percentatge de respostes referents a l'Administració judicial augmenta significativament dels 12 als 14 anys. A partir dels 14 anys, el percentatge disminueix a mesura que augmenta l'edat dels joves.

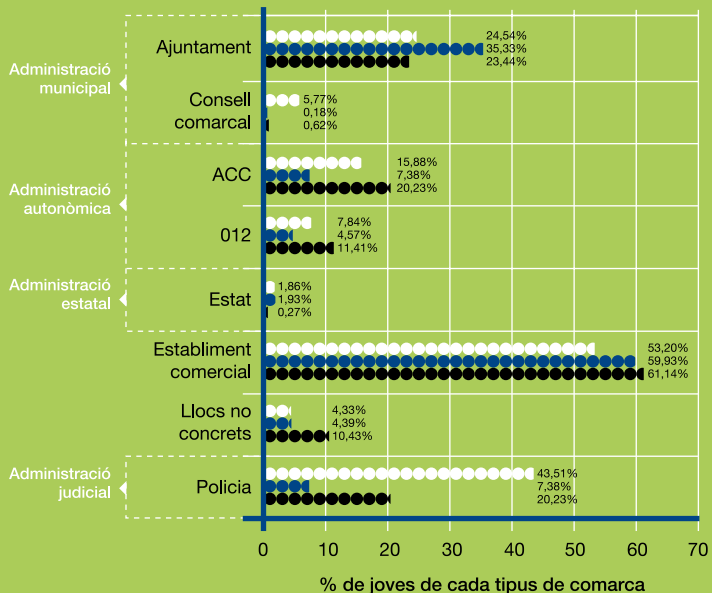
- Cap jove de 12 o de 16 any no s'adreçaria a l'Administració estatal per resoldre els seus conflictes de consum. Els joves de 13 anys són els que més s'hi adreçarien.
- Concretament, pel que fa a les subcategories...
 - L'Ajuntament, l'OMIC, l'ACC, el telèfon 012, l'Estat, l'establiment comercial, els punts d'informació sense concretar, els jutjats, la policia i els pares presenten diferències estadísticament significatives segons l'edat dels joves.
 - A mesura que es fan grans, augmenta el percentatge de joves que s'adreçarien a l'ACC o trucarien al 012, i disminueix el percentatge de joves que s'adreçarien a l'Ajuntament.
 - Amb relació a l'Administració municipal, cap jove de 14 o 16 anys no s'adreçaria a l'OMIC per resoldre els conflictes de consum. Els joves que més s'hi adreçarien en percentatge són els que tenen 15 anys.
 - Cap jove de 12 o 16 anys no s'adreçaria a l'Estat davant un conflicte de consum.
 - Els joves de 13-14 anys són els que més s'adreçarien als jutjats davant un conflicte de consum.
 - Dels 12 als 14 anys, a mesura que es fan grans augmenta el percentatge de joves que s'adreçaria a la policia davant un conflicte de consum. En canvi, dels 14 als 16 anys, el percentatge disminueix amb l'edat dels joves.
 - A mesura que es fan grans, els joves tendeixen a recórrer menys als pares per resoldre els seus conflictes de consum, tot i que els joves de 14 anys són els que més s'hi adreçarien.

3.1.c- Quines respostes presenten diferències segons la localitat on viuen els joves?



Categories	P-valor
Administració municipal	<.0001
Administració comarcal	<.0001
Administració autonòmica	<.0001
Administració estatal	0,0008
Administració europea	0,4279
Establiment comercial	0,0106
Llocs no concrets	<.0001
Administració judicial	0,0115
Persones properes	0,1492
Associació de consumidors	0,4095
Altres	0,1903

Subcategories



- Comarques de menys de 100.000 hab.
- Comarques d'entre 100.001 i 1.000.000 hab.
- Comarques de més de 1.000.000 hab.

Subcategories	P-valor
Ajuntament	<.0001
OMIC	0,5933
Consell Comarcal	<.0001
OCiC	0,8112
Generalitat	0,6414
ACC	<.0001
012	<.0001
Estat	0,0010
INC	0,2375
Administració europea	0,2613
Establiment comercial	0,0106
Llocs no concrets	<.0001
Jutjat	0,3454
Advocat	0,6954
Polcia	0,0045
Pares	0,0725
Amics	0,2769
Professorat	0,5503
Associació de consumidors	0,4095
Altres	0,1903

La suma de percentatges no equival a 100% perquè cada alumne podia citar més d'una resposta.

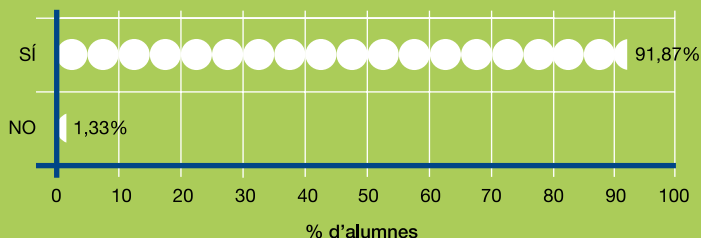
- En general, pel que fa a les categories...
 - Totes les categories presenten diferències estadísticament significatives segons la localitat on viuen els joves excepte l'Administració europea, les persones properes, l'associació de consumidors i altres.
 - Com més gran és la comarca, els joves que hi viuen tendeixen a adreçar-se més a **l'establiment comercial** i als **llocs no concrets**, i menys a **l'Administració judicial** per resoldre els conflictes de consum.
 - En percentatge, els joves que més s'adreçarien a **l'Administració municipal** per resoldre els seus conflictes de consum són els de comarques d'entre 100.001 i 1.000.000 d'habitants.
 - En percentatge, els joves que més s'adreçarien a **l'Administració comarcal** per resoldre els seus conflictes de consum són els de comarques de menys de 100.000 habitants. Els joves de la resta de comarques s'hi adreçarien amb percentatges inferiors a l'1%.
 - En percentatge, els joves que més s'adreçarien a **l'Administració autonòmica** per resoldre els seus conflictes de consum són els de comarques de més d'1.000.000 d'habitants, i els joves de les comarques d'entre 100.001 i 1.000.000 d'habitants són els que menys. El percentatge de joves de comarques de més d'1.000.000 d'habitants que s'adreçaria a l'Administració autonòmica és quasi el doble que el de joves de comarques d'entre 100.001 i 1.000.000 d'habitants.
 - El percentatge de joves de qualsevol comarca que s'adreçaria a **l'Administració estatal** per resoldre els conflictes de consum no supera el 2,3%, tot i que els de

les comarques de més d'1.000.000 d'habitants són els que menys s'hi adreçarien.

- Concretament, pel que fa a les subcategories...
 - L'Ajuntament, el Consell Comarcal, l'Agència Catalana del Consum, el telèfon 012, l'Estat, l'establiment comercial, els punts d'informació sense concretar o la policia presenten diferències estadísticament significatives segons la localitat on viuen els joves.
 - Els joves de comarques d'entre 100.001 i 1.000.000 habitants són els que més s'adreçarien a l'**Ajuntament** per resoldre els seus conflictes de consum. Els joves de la resta de comarques s'hi adreçarien en percentatges molt similars.
 - Els joves de comarques de menys de 100.000 habitants són els que més s'adreçarien al **Consell Comarcal** per resoldre els seus conflictes de consum. Els joves de la resta de comarques s'hi adreçarien en percentatges insignificants.
 - El percentatge de joves de comarques d'entre 100.001 i 1.000.000 d'habitants que s'adreçarien a l'**Agència Catalana del Consum** per resoldre els seus conflictes de consum és quasi 3 vegades inferior al de comarques superiors a 1.000.000 d'habitants i quasi 2 vegades inferior al de comarques de menys de 100.000 habitants.
 - El percentatge de joves de comarques d'entre 100.001 i 1.000.000 d'habitants que trucaria al **012** per resoldre els seus conflictes de consum és quasi la meitat que el de la resta de comarques.
 - Els joves de comarques de menys de 100.000 habitants són els que més s'adreçarien a la **policia** per resoldre els seus conflictes de consum, en un percentatge que és més del doble que el dels joves de comarques de més d'1.000.000 d'habitants i més de 6 vegades superior als de comarques d'entre 100.001 i 1.000.000 d'habitants.

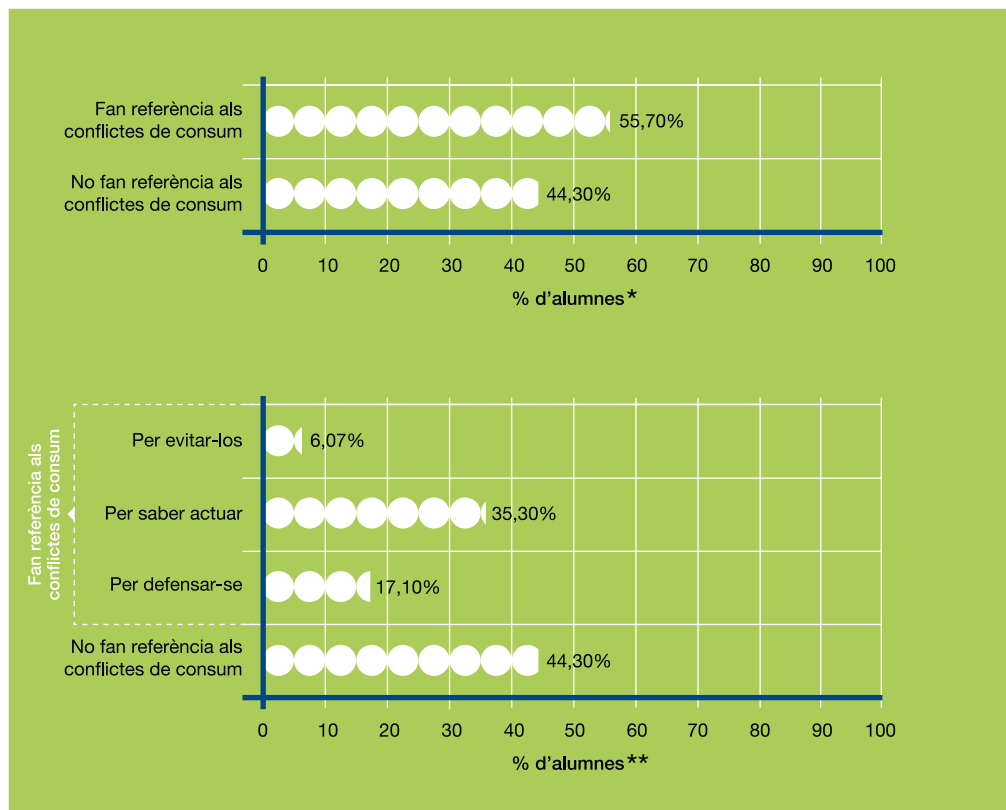
A.4- Resultats relacionats amb el quart i cinquè objectius de recerca

4.1- Els joves de secundària de Catalunya consideren que és important conèixer els drets i els deures de les persones consumidores?



- Quasi tots els joves consideren que conèixer els drets i els deures de les persones consumidores és important.
- El percentatge de joves que han contestat que no és important conèixer els drets i els deures de les persones consumidores és inferior al percentatge de joves que no han contestat la pregunta (6,8%).

4.2- Els joves de secundària de Catalunya justifiquen la importància de conèixer els drets i els deures fent referència als conflictes de consum?



* els % no sumen 100% perquè hi ha alumnes que no han justificat la seva resposta.

** la suma dels percentatges de les subcategories no correspon exactament al percentatge de la categoria, ja que cada alumne podia fer referència a més d'una subcategoria.

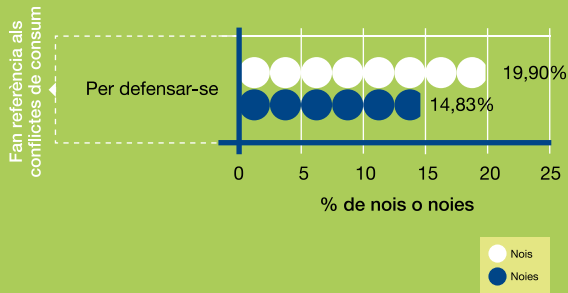
En general, pel que fa a les categories...

- Poc més de la meitat de joves fan referència als conflictes de consum quan justifiquen si és important conèixer els drets i els deures.

En concret, pel que fa a les subcategories...

- La majoria de joves consideren que conèixer els drets i els deures dels consumidors els ajudarà a saber actuar davant un conflicte de consum.
- El percentatge de joves que consideren que conèixer els drets i els deures els ajudarà a saber actuar davant un conflicte de consum és el doble que el percentatge de joves que consideren que els ajudarà a defensar-se, i és quasi 6 vegades superior al percentatge de joves que consideren que els ajudarà a evitar-los.

4.2.a- Quines justificacions presenten diferències entre nois i noies?



Categories	P-valor
Fan referència als conflictes de consum	0,0811
No fan referència als conflictes de consum	0,0811

Subcategories	P-valor
Per evitar-los	0,3025
Per saber actuar	0,9237
Per defensar-se	0,0025
No fan referència als conflictes de consum	0,0811

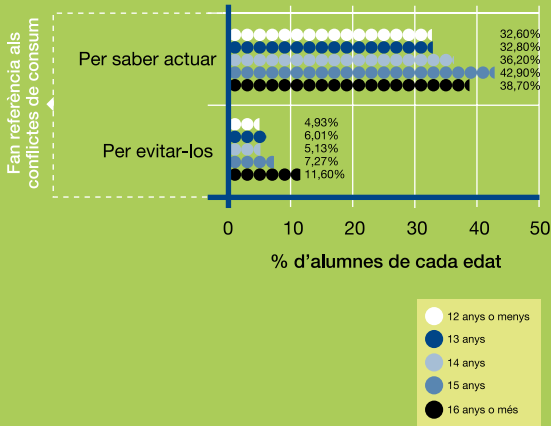
En general, pel que fa a les categories...

- Tant els nois com les noies justifiquen de la mateixa manera la importància de conèixer els drets i els deures amb referència als conflictes de consum i no presenten diferències significatives entre ells.

En concret, pel que fa a les subcategories...

- Només hi ha diferències estadísticament significatives amb relació a la categoria “per defensar-se” dels conflictes.
- El percentatge de nois que considera que conèixer els drets i els deures és important per defensar-se dels conflictes de consum és lleugerament superior al de noies.

4.2.b- Quines justificacions presenten diferències entre joves de diferents edats?



Categories	P-valor
------------	---------

Fan referència als conflictes de consum	0,1938
No fan referència als conflictes de consum	0,1938

Subcategories	P-valor
---------------	---------

Per evitar-los	0,0187
Per saber actuar	0,0156
Per defensar-se	0,1364
No fan referència als conflictes de consum	0,1938

En general, pel que fa a les categories...

- Els joves de diferent edat justifiquen de la mateixa manera la importància de conèixer els drets i els deures amb referència als conflictes de consum i no presenten diferències significatives entre ells.

En concret, pel que fa a les subcategories...

- Les justificacions “per saber actuar” i “per evitar conflictes” presenten diferències estadísticament significatives entre joves de diferent edat.
- Dels 12 als 15 anys, a mesura que els joves es fan grans consideren que conèixer els conflictes de consum és important per saber actuar davant els conflictes de consum.
- A mesura que els joves es fan grans tendeixen a justificar la importància de conèixer els conflictes de consum amb relació a evitar conflictes de consum.

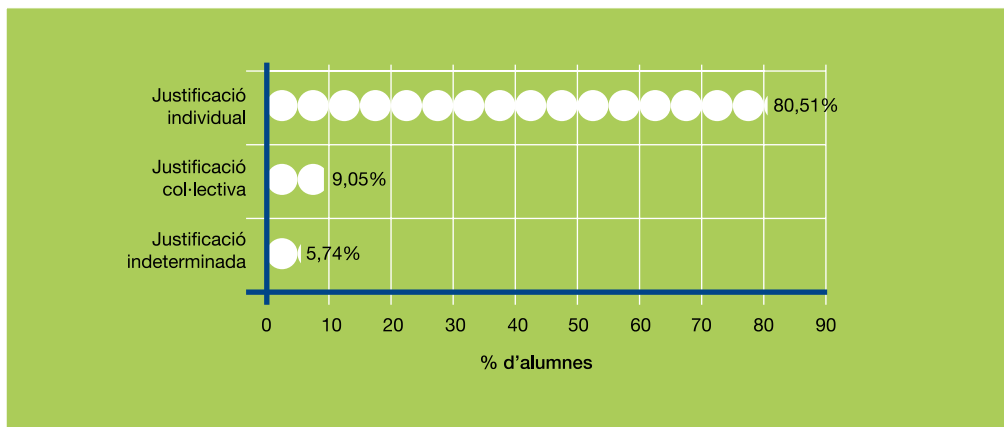
4.2.c- Quines justificacions presenten diferències entre joves de diferents localitats?

Categories	P-valor
Fan referència als conflictes de consum	0,1941
No fan referència als conflictes de consum	0,1941

Subcategories	P-valor
Per evitar-los	0,4280
Per saber actuar	0,6943
Per defensar-se	0,1181
No fan referència als conflictes de consum	0,1941

- Els joves de diferents localitats justifiquen de la mateixa manera la importància de conèixer els drets i els deures amb referència als conflictes de consum i no presenten diferències significatives entre ells.

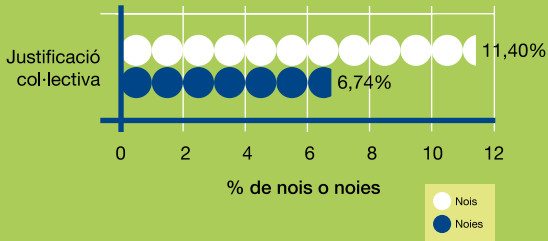
4.3- Els joves de secundària de Catalunya justifiquen la importància de conèixer els drets i els deures mitjançant raons individuals o col·lectives?



La suma de percentatges no dóna exactament 100% perquè hi ha alumnes que no han contestat la pregunta.

- La gran majoria de joves justifiquen la seva resposta utilitzant raons individuals.
- Menys del 10% dels joves utilitzen justificacions col·lectives.

4.3.a- Quines justificacions presenten diferències entre nois i noies?



Categories	P-valor
Justificació individual	0,7807
Justificació col·lectiva	0,0003
Justificació indeterminada	0,0534

Justificació individual	0,7807
Justificació col·lectiva	0,0003
Justificació indeterminada	0,0534

- Només hi ha diferències estadísticament significatives amb relació a les justificacions col·lectives.
- Els nois utilitzen més justificacions col·lectives que les noies a l'hora de justificar la importància de conèixer els conflictes de consum.

4.3.b- Quines justificacions presenten diferències entre joves de diferents edats?

Categories	P-valor
Justificació individual	0.6656
Justificació col·lectiva	0.8358
Justificació indeterminada	0.4122

- No hi ha diferències estadísticament significatives entre joves de diferents edats.

4.3.c- Quines justificacions presenten diferències entre joves de diferents localitats?

Categories	P-valor
Justificació individual	0.1365
Justificació col·lectiva	0.2055
Justificació indeterminada	0.8108

- No hi ha diferències estadísticament significatives entre joves de diferents localitats.



Conclusiones de la investigación



5.1. Conclusions respecte al primer objectiu de recerca

Els estudiants d'ESO de Catalunya tenen un coneixement mitjà dels seus drets i dels seus deures com a persones consumidores. Si bé quasi tots els joves coneixen almenys un dret o un deure, la majoria en coneixen només un o dos. A més, la diversitat de drets i deures coneguts és molt baixa: la majoria de joves fan referència als mateixos tres o quatre drets i deures, de manera que la resta són molt desconeguts.

D'altra banda, hi ha algunes associacions entre drets i deures que podrien indicar que els joves són conscients de les seves responsabilitats abans de reclamar el compliment dels seus drets. Malgrat tot, sembla que en general els joves tenen un coneixement lleugerament més elevat dels seus drets que dels seus deures, ja que hi ha més joves que no coneixen cap deure que joves que no coneguin cap dret.

En general, el coneixement dels drets i els deures varia molt poc entre nois i noies, però sí que presenta algunes diferències respecte a l'edat dels joves o a la localitat on viuen. També presenta diferències segons si es relaciona amb la compra de béns o amb la contractació de serveis.

Conclusions amb relació al coneixement dels drets de les persones consumidores

Els drets més coneguts pels joves se centren en tres, dos dels quals estan relacionats amb la qualitat dels productes (el dret a la conformitat i el dret a la reparació) i un amb els drets no legislats (el dret a la bona atenció). El dret a la protecció jurídica, a la prestació, a la qualitat de vida i medi ambient, a la llengua, a l'educació, i a la representació, consulta i participació han estat citats en percentatges insignificants.

En general no hi ha gaires diferències significatives en el coneixement dels drets entre nois i noies, entre joves de diferents edats, o entre joves que viuen a diferents comarques.

- Entre les noies, els drets no legislats acostumen a ser més corrents que entre els nois; i el dret a la reparació, menys.
- El coneixement dels drets presenta algunes diferències estadísticament significatives respecte a l'edat dels joves: en general, a mesura que es fan grans, els joves es refereixen més a drets com la conformitat, la documentació i la protecció jurídica, i menys al dret de la reparació.
- Els joves de comarques de més d'1.000.000 d'habitants acostumen a referir-se més als drets a la reparació o als drets no legislats; els joves de comarques d'entre 100.001 i 1.000.000 d'habitants són els que més fan referència al dret a la conformitat; i els joves de comarques de menys de 100.000 habitants són els únics que han citat el dret a la llengua o a l'educació.

El dret a la reparació és l'únic que varia segons si els joves es refereixen a la compra de productes o a la contractació de serveis. Aquest dret es relaciona més amb la contractació de serveis que amb la compra de béns.

Conclusions amb relació al coneixement dels deures de les persones consumidores

Els deures més coneguts pels joves se centren en quatre: el deure al pagament, el deure de reclamar i reivindicar, la responsabilitat de comportar-se correctament i la de fer un bon ús del producte o servei.

En general no hi ha diferències significatives en el coneixement dels drets entre nois i noies, però sí algunes entre joves de diferents edats, o entre joves que viuen a diferents comarques.

- El deure de pagar i de conservar la documentació presenten diferències estadísticament significatives amb relació a l'edat dels joves. Els joves de 13-15 anys són els que més fan referència al

pagament, mentre que els joves de 15-16 anys són els que més fan referència a la conservació de la documentació.

- Els joves de comarques de més d'1.000.000 d'habitants són els que tenen més tendència a referir-se al bon ús dels productes o serveis, o a la responsabilitat d'interpretar correctament la informació rebuda. En canvi, els joves de comarques d'entre 100.001 i 1.000.000 d'habitants són els que més es refereixen al pagament i els que menys es refereixen a la conservació de la documentació.

La responsabilitat de comportar-se correctament, o de reclamar i reivindicar es relacionen més amb el consum de serveis que amb la compra de productes.

Conclusions amb relació a les associacions entre drets i deures

Hi ha poques associacions estadísticament significatives entre els drets i els deures esmentats, però entre les més significatives destaca que els joves citen drets i deures que tendeixen a estar relacionats. D'aquesta manera sembla que siguin conscients que poden reclamar els seus drets com a persones consumidores sempre que hagin complert amb les seves responsabilitats. Això succeeix sobretot amb el dret a la reparació i amb el dret a la conformitat: els alumnes consideren que tenen el dret a una reparació si el producte/servei no funciona correctament sempre que hagin complert amb la seva responsabilitat de fer-ne un bon ús. De la mateixa manera, consideren que tenen dret a què el producte/servei tingui la qualitat anunciada (dret a la conformitat), però que també tenen la responsabilitat d'haver-lo pagat i de reclamar (si cal) seguint el procediment indicat.

D'altra banda, altres associacions estadísticament significatives són: els alumnes que fan esment del dret a la conformitat tendeixen a citar el deure de comportar-se correctament; els alumnes que esmenten el dret a la qualitat de vida i medi ambient tendeixen a fer referència a altres deures que no pertanyen a cap categoria específica; i els alumnes que citen drets no legislats tendeixen a citar també el deure de reclamar correctament.

5.2. Conclusions respecte al segon objectiu de recerca

Davant possibles conflictes de consum, normalment els joves es mostren actius, disposats a actuar per tal d'exercir els seus drets i els seus deures com a persones consumidores. La seva acció ve motivada no només per raons individuals (com la inversió econòmica que els suposa el producte/servei o la il·lusió que els fa, etc.), sinó també per una alta consciència ciutadana, tenint en compte els efectes de la seva acció cap a les altres persones consumidores.

L'actuació dels joves davant els conflictes de consum està molt lligada a cada situació concreta. Aspectes relacionats amb el producte, amb la dimensió personal associada a la compra, amb l'establiment o amb les altres persones consumidores sembla que juguin un paper important per afavorir un o un altre tipus d'acció.

Malgrat tot, i en general, les accions dels joves tendrien més a seguir procediments alternatius per resoldre els conflictes (com adreçar-se a la policia) que no pas a utilitzar els mecanismes específics que l'Administració amb competència de consum posa al seu abast (com demanar el full de reclamació/denúncia o utilitzar els serveis d'informació al consumidor).

Conclusions respecte a les actuacions i justificacions dels joves davant situacions concretes de conflictes de consum

L'actuació dels joves davant possibles conflictes de consum depèn del context. Davant situacions concretes, els joves actuarien i justificarien la seva actuació de la manera següent:

- *El CD que has comprat en la venda a la manta no està ben gravat.*
La majoria de joves reconeixen que es tracta d'un conflicte amb una botiga il·legal, i, en percentatges més baixos, admeten que és un producte barat i que els fa il·lusió. Segons aquestes justificacions, la majoria de joves optarien per dues accions oposades: demanarien que els canviessin el producte o, en percentatge similar, optarien per no fer-hi res i conformar-se amb el problema.

5. Conclusions de la recerca

- *Vas contractar Internet a l'empresa net.com perquè feia una oferta molt bona, i ara has començat a notar que Internet va molt més lent del que hauria d'anar.* En general, la major part de joves consideren que és un servei necessari i de preu elevat, per això optarien per seguir el procediment legal de reclamació.
- *La màquina de l'institut mai no funciona bé. S'ha quedat un euro i no t'ha donat el refresc.* La majoria de joves reconeixen que aquest conflicte pot afectar les altres persones consumidores, i, en menor proporció, que està relacionat amb un establiment no presencial. Segons aquestes justificacions, els joves tendrien a seguir el procediment legal de reclamació i dialogarien amb l'establiment. En proporcions més baixes, actuarien de forma no recomanada.
- *L'MP3 nou que et feia tanta il·lusió i que vas comprar a la botiga del costat de casa ha deixat de funcionar sense cap motiu.* La majoria de joves admeten que el producte suposa una inversió econòmica important i que, a més, els fa il·lusió. Segons aquestes justificacions, els joves seguirien el procediment legal de reclamació i tendrien a demanar que els canviessin el producte.
- *Als pantalons supercars que et van comprar per anar a un casament, se'ls ha descosit tota la butxaca.* La majoria de joves admeten que el producte suposa una inversió econòmica important. Segons aquesta justificació, demanaria a la botiga que li canviés el producte o, en una proporció menor, optaria per comprar uns altres pantalons.
- *Has quedat amb uns amics i has arribat més d'una hora tard perquè el tren ha arribat amb molt retard.* La major part de joves afirmen que aquest conflicte de consum pot afectar moltes persones, i que a més és un servei necessari que els fa il·lusió. Segons aquestes justificacions, la majoria de joves no hi farien res o dialogarien amb l'establiment i reclamarien.
- *La joguina que has comprat per al teu cosí petit al basar de legalitat dubtosa per 3 € porta pintura tòxica.* La majoria de joves

consideren que aquest conflicte de consum pot afectar altres persones, però, en menor proporció, admeten que la botiga on l'han comprat potser no és legal. Segons aquestes justificacions, la majoria de joves seguirien el procediment legal de reclamació i demanarien que els tornessin els diners o els canviessin el producte, o s'adreçarien a la policia.

Conclusions respecte a les actuacions dels joves davant conflictes de consum en general

En general, la majoria d'estudiants d'ESO de Catalunya, davant possibles situacions de conflicte de consum, emprendrien accions relacionades amb el procediment legal de reclamació. En segon lloc, hi ha els que seguirien un procediment alternatiu de reclamació o es conformarien amb el problema.

No obstant això, considerant les accions concretes a nivell de subcategories, la majoria de joves, en primer lloc, tendrien a adreçar-se a la policia i, en segon, a dialogar amb l'establiment. En percentatges més baixos, optarien per comprar un altre producte o servei, actuar de forma poc adequada o llençar el que han comprat. Un percentatge insignificant de joves demanarien ajuda a l'Administració pública.

El tipus d'acció davant un conflicte presenta algunes diferències entre nois i noies, i entre joves de diferents edats o localitats:

- Les noies tendrien a demanar una reparació o a dialogar amb l'establiment en un percentatge lleugerament superior que els nois. En canvi, els nois fan més referència a accions com adreçar-se a la policia o actuar de forma poc adequada.
- A mesura que es fan grans, els joves tendrien més a reclamar, a actuar de forma poc adequada o a seguir altres tipus d'accions. El full de reclamació/denúncia el demanarien sobretot joves de 13 anys i no el demanaria cap jove de 16 anys o més.

- Com més gran és la comarca on viuen els joves, més tendeixen a reclamar en cas de conflicte de consum, i menys tendeixen a demanar una reparació. L'acció de no fer res davant els conflictes de consum ha estat citada sobretot per joves de comarques de més d'1.000.000 d'habitants, seguides de comarques de menys de 100.000 habitants.

Conclusions respecte a les justificacions dels joves davant conflictes de consum en general

En general, els estudiants d'ESO de Catalunya utilitzen sobretot justificacions personals i relacionades amb el producte o servei que compren. En segon lloc, tenen en compte la dimensió col·lectiva del consum i, a l'últim, les característiques de l'establiment o altres justificacions.

Concretament, la major part dels joves justifiquen la seva acció fent referència al preu elevat o als efectes que pot tenir el conflicte per a les altres persones consumidores. En segon lloc, utilitzen justificacions relacionades amb la il·lusió que els fa la compra, la necessitat que tenen d'aquell producte o servei, i la il·legalitat de la botiga.

La justificació de l'acció davant un conflicte no presenta diferències entre joves de diferents comarques, però sí que presenta algunes diferències entre nois i noies, i entre joves de diferents edats:

- Els nois tendeixen a referir-se més als establiments no presencials que les noies; mentre que les noies tendeixen a referir-se més al benefici social que els nois.
- Entre els 12 i els 15 anys, a mesura que es fan grans, els joves tendeixen a utilitzar menys raons relacionades amb la il·lusió. Malgrat tot, els joves de 16 anys o més tendeixen a utilitzar més justificacions relacionades amb la il·lusió que els joves de 14 anys.

Conclusions respecte a la relació entre accions i justificacions dels joves davant conflictes de consum

Explorar les relacions entre com actuarien els joves davant un conflicte de consum i com justifiquen la seva acció permet fer-se una idea sobre quins

aspectes afavoreixen que els joves exerceixin els seus drets i els seus deures davant possibles conflictes de consum.

En general, els **aspectes que afavoreixen accions considerades dins el procediment legal de reclamació** (dialogar amb l'establiment, demanar un canvi de producte/servei, etc.) són: que el producte o servei consumit sigui car, que es consideri necessari, o que el conflicte de consum pugui afectar altres persones consumidores. Per contra, que l'establiment sigui il·legal és un aspecte que no afavoreix que es porti a terme el procediment legal de reclamació. Concretament, que el preu sigui elevat afavoriria que es reclamés, o que es demanés un canvi o una reparació del producte/servei. En canvi, que el producte/servei sigui necessari o que el conflicte pogués afectar altres persones afavoriria que es dialogués amb l'establiment, però no afavoriria que es demanés un canvi o reparació del producte/servei.

D'altra banda, els **aspectes que afavoreixen que els joves, davant un conflicte de consum, optin per conformar-se amb el problema** (no fent-hi res, llençant el producte/servei a les escombraries, tornant-lo a comprar, etc.) són: que el preu sigui barat, que necessitin el producte/servei o que sigui un establiment il·legal. Concretament, que el producte/servei sigui considerat necessari afavoriria que en comprassin un altre. En canvi, que el preu sigui barat o que l'establiment sigui il·legal afavoriria que llencessin el producte/servei, que no hi fessin res o que no tornessin mai més a aquell establiment.

Seguir un **procediment alternatiu de reclamació** (com adreçar-se a la policia) es donaria quan el conflicte de consum pogués afectar altres persones o quan l'establiment fos il·legal. I **actuar de forma poc adequada** es donaria, quan l'establiment fos no presencial.

5.3. Conclusions respecte al tercer objectiu de recerca

Davant possibles conflictes de consum, els joves no tendrien a adreçar-se a les administracions públiques amb competència específica de consum. Tot i que la majoria farien ús d'algun organisme directament relacionat amb

el consum, predominen els que s'adreçarien al sector privat (establiment comercial), i són molt pocs els que recorrerien a una institució pública especialitzada (OMIC, OCIC, ACC, etc.). Hi ha més joves que s'adreçarien a persones properes per resoldre els conflictes de consum que a les administracions comarcal, estatal o europea, o a una associació de persones consumidores.

En general, la major part de joves s'adreçarien a l'establiment comercial per resoldre els seus conflictes de consum. En segon lloc, els joves s'adreçarien a la policia; en tercer lloc, a l'Ajuntament en general; i en quart lloc, a l'Agència Catalana del Consum.

Entre les institucions públiques específiques de consum, l'ACC és la més coneguda pels joves (amb un 16% de les respostes). Les OMIC, les OCIC o la INC tenen una presència molt poc significativa entre les respostes, inferior a l'1%.

En general no hi ha massa diferències significatives entre les respostes de nois i noies, entre joves de diferents edats, o entre joves que viuen a localitats diferents.

- Més noies que nois tendrien a adreçar-se a l'establiment comercial per resoldre els seus conflictes de consum. En canvi, els nois tendrien més a anar a l'Administració estatal, a la Generalitat de Catalunya, al jutjat, a la policia o als pares per resoldre els seus conflictes de consum.
- A mesura que es fan grans, els joves tendeixen a adreçar-se menys a l'Administració municipal, a l'establiment comercial o als pares per resoldre els conflictes de consum, i més a l'ACC, al 012 o a punts d'informació sense concretar. Cap jove de 12 o de 16 anys s'adreçaria a l'Administració estatal, tot i que els joves de la resta d'edats ho faria en percentatges molt baixos. Fins als 14 anys, el percentatge de joves que s'adreçaria a l'Administració judicial augmenta amb l'edat; i a partir dels 14 anys, disminueix.

- Com més gran és la comarca, els joves que hi viuen tendeixen a adreçar-se més a l'establiment comercial i als llocs no concrets per resoldre els conflictes de consum. Els joves de comarques d'entre 100.001 i 1.000.000 d'habitants són els que més s'adreçarien a l'Ajuntament, però els que menys s'adreçarien a l'ACC o al telèfon 012. Els joves de comarques de menys de 100.000 habitants són, notablement, els que més s'adreçarien al Consell Comarcal o a la policia, i els que menys s'adreçarien a l'Administració estatal.

5.4. Conclusions respecte al quart i cinquè objectius de recerca

Quasi tots els joves enquestats consideren que és important conèixer els drets i els deures que tenen com a persones consumidores. Poc més de la meitat justifiquen aquesta importància amb relació als conflictes de consum. La part més gran d'aquests consideren que conèixer els drets i els deures de les persones consumidores els ajudarà a saber actuar davant un conflicte de consum, alguns consideren que els ajudarà a defensar-se i una minoria creu que els ajudarà a evitar els conflictes de consum.

Hi ha molt poques diferències estadísticament significatives entre nois i noies, i entre joves de diferents edats. Entre joves de diferents localitats no hi ha diferències.

- El percentatge de nois que considera que conèixer els drets i els deures és important per defensar-se dels conflictes de consum és lleugerament superior al de noies.
- A mesura que es fan grans, augmenta el percentatge de joves que considera que conèixer els drets i els deures és important per evitar els conflictes de consum o per saber actuar quan en tinguin un.

D'altra banda, la gran majoria de joves entenen la rellevància de conèixer els drets i els deures des d'un posicionament més aviat individual, i menys d'un 10% dels joves justifiquen la importància de conèixer els drets i els deures des d'una dimensió col·lectiva del consum.

Entre joves de diferents edats i localitats no hi ha diferències estadísticament significatives, i entre nois i noies n'hi ha molt poques:

- Entre nois i noies, només hi ha diferències estadísticament significatives amb relació a les justificacions col·lectives. Els nois utilitzen més justificacions col·lectives que les noies a l'hora de justificar la importància de conèixer els conflictes de consum.

disE studios



Los jóvenes y el conocimiento de los derechos y los deberes de las personas consumidoras

Estudios sobre los hábitos de consumo de los jóvenes de Cataluña

Escuela del Consumo de Cataluña
Agencia Catalana del Consumo

Este documento presenta los resultados de un estudio que analiza las respuestas de los jóvenes de secundaria sobre diferentes temas relacionados con los derechos y los deberes de las personas consumidoras. Tanto la recogida como el análisis de datos se ha efectuado en el contexto de la Escuela del Consumo de Cataluña, con el fin último de establecer orientaciones didácticas para guiar actividades de educación del consumo.

La Administración pública, en su competencia de garantizar los derechos de las personas consumidoras, dispone de un amplio registro de datos. Bien en forma de memorias, o bien de estudios específicos, la mayor parte se centra en determinar cuáles son los problemas o conflictos de consumo más frecuentes y cuáles son las vías de resolución más utilizadas. Estos estudios tienen su origen en los conflictos de consumo, y no en una perspectiva ciudadana que tome como punto de partida el conocimiento de los derechos y los deberes de las personas consumidoras. La mayor parte de estudios toman como muestra la población mayor de edad, y pocos se focalizan en jóvenes.

En este marco, *Los jóvenes y el conocimiento de los derechos y los deberes de las personas consumidoras* pretende ser un complemento a los datos existentes sobre conflictos de consumo y una actualización de los estudios específicos, y ofrece un conocimiento que puede ser de gran utilidad en contextos educativos.

1. Contexto de la investigación

La presente investigación se desarrolla en el marco de las actividades propias de la Escuela del Consumo de Cataluña (ECC) de la Agencia Catalana del Consumo (ACC) de la Generalitat de Cataluña (www.consum.cat).

La **ACC** es un organismo autónomo de la Generalitat de Cataluña cuyo objetivo principal es garantizar los derechos de las personas consumidoras de bienes y productos y usuarias de servicios. Entre los diferentes objetivos de la ACC destacan la formación y la educación de las personas consumidoras. Por este motivo, en 2003 se creó la ECC.

La **ECC** es un servicio público gratuito que quiere favorecer y potenciar la presencia de la educación del consumo en el ámbito educativo catalán. Apuesta por una interacción entre actividad docente, innovación metodológica e investigación en aspectos de consumo, y se configura como un Centro de Estudios de la Educación del Consumo.

La ECC nace con la intención de favorecer la presencia de la educación del consumo en el ámbito educativo catalán. Sus objetivos generales son:

1. Constituir un espacio permanente de trabajo de la educación del consumo en el ámbito catalán.
2. Favorecer el acceso de la población escolar de Cataluña a la educación del consumo.
3. Facilitar la inclusión de la educación del consumo en los currículos de las diferentes etapas del sistema educativo.

Para alcanzar estos objetivos, la ECC se estructura como Centro de Estudios de la Educación del Consumo, donde se llevan a cabo de forma simultánea la actividad docente, la innovación y la investigación (ver figura 1).

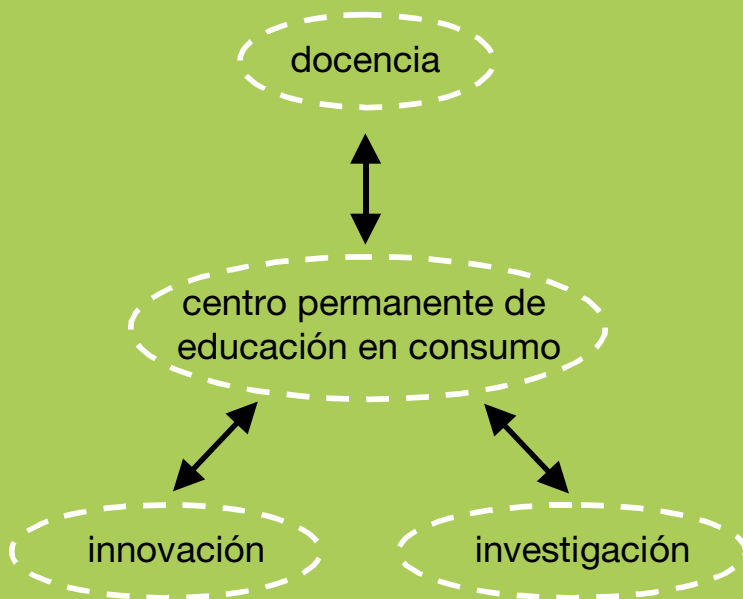


Fig. 1: La Escuela del Consumo de Cataluña es el resultado del diálogo entre docencia, investigación e innovación.

La **actividad docente** se lleva a cabo diariamente en el ámbito geográfico catalán con la realización de talleres dirigidos al alumnado de educación primaria, de educación secundaria obligatoria, de bachillerato, de ciclos formativos y de educación especial. También se realizan seminarios para estudiantes y profesionales del mundo educativo, charlas formativas sobre educación del consumo en asociaciones de madres y padres de alumnos (AMPA) y actividades en contextos de educación no formal, en el ámbito del ocio.

La **innovación** se centra en la búsqueda constante de nuevas vías para introducir la educación del consumo en el currículo escolar. Se toman como referentes teóricos el paradigma de la complejidad, los modelos socio-constructivistas de la explicación de los procesos de enseñanza-aprendizaje y la definición de los objetivos en términos de competencias.

En cuanto a la metodología, se trabajan de manera intensa: el papel de las preguntas como motor de aprendizaje, la incorporación del arte dentro de las actividades, y el significado y la funcionalidad de los talleres en la vida cotidiana del alumnado.

La **investigación** pretende dotar a la institución de un bagaje teórico que fundamente el resto de ámbitos. Actualmente se desarrollan dos líneas de investigación paralelas: las investigaciones académicas y las descriptivas. Las primeras profundizan en el marco teórico y conceptual del paradigma de la complejidad, y se concretan en el diálogo disciplinario como forma de abordar los fenómenos desde diferentes disciplinas y modelos de educación del consumo del profesorado de secundaria de Cataluña. Por otra parte, las investigaciones descriptivas pretenden profundizar en el conocimiento de los hábitos de consumo de los jóvenes de Cataluña.

La confluencia de los tres aspectos (docencia, investigación e innovación) hace que la ECC tenga la dimensión de Centro de Estudios de la Educación del Consumo, espacio en el que la investigación enriquece la acción educativa diaria a través de la innovación constante. Así pues, se convierte en un planteamiento en continua evolución que quiere estimular la presencia de la educación del consumo en los currículos educativos de las diversas etapas y ámbitos educativos.

Apostando por la equidad territorial, la ECC dispone de dos ámbitos de funcionamiento paralelos y complementarios: una **sede central** fija situada en la ciudad de Barcelona y una **sede territorial** que se desplaza por Cataluña. En el curso académico 2007-2008, la sede territorial se ha desplazado por las comarcas de: Segrià, Pallars Sobirà, Anoia, Gironès, La Selva, Tarragonès, Ribera d'Ebre, Terra Alta y Montsià, que junto con el Barcelonès han configurado el territorio sobre el que se ha efectuado la recogida de datos.

2. Finalidad y objetivos

2.1. Finalidad

La finalidad de la investigación es conocer algunos de los hábitos de consumo de los jóvenes de Cataluña para disponer de datos contrastados que permitan:

- Elaborar y reformular talleres de educación del consumo en el marco de la ECC.
- Diseñar las políticas informativas y educativas de consumo de la ACC.

2.2. Objetivos

Esta finalidad se concreta en cinco objetivos específicos:

1. Determinar qué conocimiento tienen los jóvenes de Cataluña de los derechos y los deberes de las personas consumidoras.
2. Conocer cómo ejercen los jóvenes de Cataluña sus derechos y sus deberes como personas consumidoras, y determinar qué favorece que lo hagan.
3. Determinar qué conocimiento tienen los jóvenes de Cataluña de las instituciones relacionadas con la protección de los derechos de las personas consumidoras.
4. Determinar cómo valoran los jóvenes de Cataluña el hecho de conocer sus derechos y sus deberes como personas consumidoras.
5. Conocer cómo viven los jóvenes de Cataluña la dimensión ciudadana del consumo.

2.3. Preguntas de investigación

Las preguntas de investigación se han estructurado siguiendo los objetivos.

2.3.1. Preguntas de investigación relacionadas con el objetivo 1

1.1- ¿Cuántos derechos y cuántos deberes diferentes conocen los jóvenes de secundaria de Cataluña?

1.2- ¿Cuáles son los derechos más conocidos por los jóvenes de secundaria de Cataluña?

1.2.a- ¿Qué derechos presentan diferencias entre chicos y chicas?

1.2.b- ¿Qué derechos varían con la edad de los jóvenes?

1.2.c- ¿Qué derechos varían según la localidad donde viven los jóvenes?

1.2.d- ¿Qué derechos varían dependiendo de si se relacionan con el consumo de bienes o con la contratación de servicios?

1.3- ¿Cuáles son los deberes más conocidos por los jóvenes de secundaria de Cataluña?

1.3.a- ¿Qué deberes presentan diferencias estadísticamente significativas entre chicos y chicas?

1.3.b- ¿Qué deberes varían con la edad de los jóvenes?

1.3.c- ¿Qué deberes varían según la localidad en que viven los jóvenes?

1.3.d- ¿Qué deberes varían dependiendo de si se relacionan con el consumo de bienes o con la contratación de servicios?

1.4- ¿Hay alguna relación entre los derechos y los deberes más conocidos?

2.3.2. Preguntas de investigación relacionadas con el objetivo 2

2.1- ¿Cómo actúan los jóvenes y cómo justifican su acción en situaciones de conflicto concretas, según el precio del producto o servicio, las características del establecimiento, los criterios personales o el beneficio colectivo?

2.1.a- En una situación de conflicto relacionada con la compra de un CD en un top manta, ¿cómo actuarían y justificarían su acción los jóvenes?

2.1.b- En una situación de conflicto relacionada con la contratación de Internet motivada por una muy buena oferta, ¿cómo actuarían y justificarían su acción los jóvenes?

2.1.c- En una situación de conflicto relacionada con la compra de una bebida en una máquina, ¿cómo actuarían y justificarían su acción los jóvenes?

2.1.d- En un conflicto relacionado con la compra de un MP3 en una tienda de próxima, ¿cómo actuarían y justificarían su acción los jóvenes?

2.1.e- En una situación de conflicto relacionada con la compra de un pantalón para una boda, ¿cómo actuarían y justificarían su acción los jóvenes?

2.1.f- En una situación de conflicto relacionada con un retraso en el transporte público, ¿cómo actuarían y justificarían su acción los jóvenes?

2.1.g- En una situación de conflicto relacionada con la toxicidad de un juguete que han comprado en una tienda de legalidad dudosa, ¿cómo actuarían y justificarían su acción los jóvenes?

2.2- En general, ¿cómo actuarían los jóvenes ante un conflicto de consumo?

2.2a- ¿Qué acciones presentan diferencias entre chicos y chicas?

2.2.b- ¿Qué acciones presentan diferencias según la edad de los jóvenes?

2.2.c- ¿Qué acciones presentan diferencias según la localidad donde viven los jóvenes?

2.3- En general, ¿cómo justifican los jóvenes su acción ante un conflicto de consumo?

2.3.a- ¿Qué justificaciones presentan diferencias entre chicos y chicas?

2.3.b- ¿Qué justificaciones presentan diferencias según la edad de los jóvenes?

2.3.c- ¿Qué justificaciones presentan diferencias según la localidad donde viven los jóvenes?

2.4- ¿Existe relación entre el tipo de acciones y las justificaciones?

2.3.3. Preguntas de investigación relacionadas con el objetivo 3

3.1- ¿A quién se dirigen a los jóvenes de secundaria de Cataluña para resolver sus conflictos de consumo?

3.1.a- ¿Qué respuestas presentan diferencias entre chicos y chicas?

3.1.b- ¿Qué respuestas presentan diferencias según la edad de los jóvenes?

3.1.c- ¿Qué respuestas presentan diferencias según la localidad en que viven los jóvenes?

2.3.4. Preguntas de investigación relacionadas con el objetivo 4 y el objetivo 5

4.1- ¿Los jóvenes de secundaria de Cataluña consideran que es importante conocer los derechos y los deberes de las personas consumidoras?

4.2- ¿Los jóvenes de secundaria de Cataluña justifican la importancia de conocer los derechos y los deberes haciendo referencia a los conflictos de consumo?

4.2.a- ¿Qué justificaciones presentan diferencias entre chicos y chicas?

4.2.b- ¿Qué justificaciones presentan diferencias entre jóvenes de diferentes edades?

4.2.c- ¿Qué justificaciones presentan diferencias entre jóvenes de diferentes localidades?

4.3- ¿Los jóvenes de secundaria de Cataluña justifican la importancia de conocer los derechos y deberes mediante razones individuales o colectivas?

4.3.a- ¿Qué justificaciones presentan diferencias entre chicos y chicas?

4.3.b- ¿Qué justificaciones presentan diferencias entre jóvenes de diferentes edades?

4.3.c- ¿Qué justificaciones presentan diferencias entre jóvenes de diferentes localidades?

3. Metodología de la investigación

Los resultados que se presentan provienen de un estudio descriptivo mediante encuesta, que ha utilizado como herramienta cuestionarios. Es un estudio de carácter transversal que permite describir las características de la población en un momento determinado desde la selección de una muestra y estableciendo relaciones entre la variable *edad*, la variable *género* y la variable *localidad*.

3.1. Muestra

La muestra consiste en todo el alumnado de secundaria que asistió a los talleres de la sede central y la sede territorial de la ECC a partir de noviembre de 2007 y hasta abril de 2008. En total, está formada por 2.176 jóvenes, distribuidos por sexo, edad, curso o localidad según muestran las tablas 1 y 2.

Tabla 1: Distribución de la muestra según el género, la edad y el curso

Muestra según el género			Muestra según la edad			Muestra según el curso		
Género	Cantidad	% respecto al total	Edad	Cantidad	% respecto al total	Curso	Cantidad	% respecto al total
Chicas	1.072	49,26	12 años o menos	304	13,97	1º ESO	525	24,13
Chicos	965	47,37	13 años	516	23,71	2º ESO	599	27,53
No especificado	139	6,39	14 años	663	30,47	3º ESO	670	30,79
Total	2.176	100,00	15 años	385	17,69	4º ESO	382	17,56
			16 años o más	181	8,32	Total	2.176	100,00
			No especificado	127	5,84			
			Total	2.176	100,00			

Tabla 2: Distribución de la muestra según la localidad

Categorías	Comarcas	Frecuencia	Frecuencia por categorías	Porcentaje
Comarcas de más de 1.000.000 de habitantes	Barcelonès	1.122	1.122	51,56%
	Tarragonès	85		
Comarcas de entre 100.001 y 1.000.000 de habitantes	Gironès	484	778	35,75%
	La Selva	163		
	Anoia	46		
Comarcas de menos de 100.000 habitantes	Montsià	55		
	Ribera d'Ebre	125	276	12,68%
	Terra Alta	26		
	Pallars Jussà	70		

3.2. Recogida de datos

Los datos se han recogido a partir de las fichas utilizadas por el alumnado durante la sesión formativa en la ECC (ver figura 2). Estas fichas plantean preguntas abiertas y cerradas referentes a cuatro bloques temáticos del estudio.

El diseño de la ficha de recogida de datos se realizó a partir de una prueba piloto: una primera versión de la ficha, de carácter más abierto, se utilizó para fijar categorías de respuestas. Estas categorías sirvieron, finalmente, para diseñar un modelo de ficha definitivo, con preguntas más cerradas, y para agilizar el proceso de análisis de datos.

1 Quan consumeix normalment?

Què poden engrejar? **EXEMPLE**

Què són poden engrejar a resultat? **EXEMPLE**

2 Què heu vist...?

El teu vestimenta quotidiana que et ve més còmoda per fer o a què s'adapta més a les desconnexions i a l'estrès?

El teu gustat amb una persona i amb un animal, amb el qual has pogut parlar al menys la meitat de la vida?

Has vist alguna cosa?

Has vist alguna cosa?

3 Quines institucions coneixes?

Fes un llistat de les institucions o llocs on aniries per a que t'ajudessin a resoldre un conflicte de consum:

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.

4 Creieu que és important contribuir als drets i deures dels consumidors? Per què?

INICI FICHA Edm. Curs:

Figura 2: Ficha utilizada para la recogida de datos

En la segunda pregunta, a partir de la descripción de un conflicto de consumo concreto, se planteaban dos subpreguntas al alumnado: la primera era de carácter abierto y se refería a la acción; la segunda era cerrada y se relacionaba con la justificación de la acción. Había siete situaciones de conflicto diferentes, de las que se presentaban dos al azar en cada ficha.






<p>El CD que has comprat al lloc- maria no està bon gravat.</p>  <p>I tu, què faries?</p> <hr/> <p>Perquè...</p> <p><input type="checkbox"/> El CD és molt barat.</p> <p><input type="checkbox"/> No és una botiga legal.</p> <p><input type="checkbox"/> Em feia molta il·lusió tenir aquest CD.</p> <p><input type="checkbox"/> Altres: _____</p>	<p>Yas contractes internet a l'empresa iet.com perquè tenia una oferta molt bona. I ara, has començat a notar que Internet va molt més lent del que hauria.</p>  <p>I tu, què faries?</p> <hr/> <p>Perquè...</p> <p><input type="checkbox"/> Internet és molt car i ha d'anar bé.</p> <p><input type="checkbox"/> Net.com no té cap botiga on pugui anar.</p> <p><input type="checkbox"/> Perquè necessito que Internet vegi bé.</p> <p><input type="checkbox"/> Perquè no vull que li passi això a ningú més.</p> <p><input type="checkbox"/> Altres: _____</p>
<p>La màquina de l'Institut mai funciona bé, s'ha quedat 1€ i no l'ha donat el rebesc.</p>  <p>I tu, què faries?</p> <hr/> <p>Perquè...</p> <p><input type="checkbox"/> Els pantalons són molt cars.</p> <p><input type="checkbox"/> No em fan gens d'il·lusió.</p> <p><input type="checkbox"/> Ja no els necessito perquè ja he anat al casament.</p> <p><input type="checkbox"/> Altres: _____</p>	<p>Has quedat amb uns articles i has ambat més d'una hora tard perquè el tren ha ambat amb molt de retard.</p>  <p>I tu, què faries?</p> <hr/> <p>Perquè...</p> <p><input type="checkbox"/> El preu del bitllet és molt barat.</p> <p><input type="checkbox"/> Puc anar a la taquilla de l'estació fàcilment.</p> <p><input type="checkbox"/> Era molt important per mi arribar puntual.</p> <p><input type="checkbox"/> Afecta a molta gent.</p> <p><input type="checkbox"/> Altres: _____</p>
<p>La joguina que has comprat pel teu cosí petit al Bazar de legats dubtosa per 3€, porta pintura tòxica.</p>  <p>I tu, què faries?</p> <hr/> <p>Perquè...</p> <p><input type="checkbox"/> La joguina és molt barata.</p> <p><input type="checkbox"/> Crec que aquesta botiga no és legal.</p> <p><input type="checkbox"/> Em feia il·lusió regalar-ho al meu cosí.</p> <p><input type="checkbox"/> Podria ser perillós pels altres nens.</p>	

Figura 3: Pregunta 2 de la ficha. De los siete modelos de pregunta, cada alumno respondía dos, distribuidos al azar

Las situaciones de conflicto se han definido a partir de la bibliografía consultada (sobre todo de las memorias anuales de las administraciones públicas con competencia en consumo), que ha permitido contextualizarlas en la realidad de los jóvenes. A partir de ahí, cada situación está definida sobre la base de cuatro variables:

- el precio del producto o servicio;
- el tipo de establecimiento donde se ha comprado o contratado (establecimiento próximo, establecimiento no presencial o establecimiento ilegal);
- o algunas consideraciones personales de la persona consumidora hacia el producto o servicio (si lo necesita o no, si le hace ilusión o no);
- y la dimensión colectiva del consumo (si el conflicto puede afectar a otras personas consumidoras o no).

Cada situación de conflicto combina las diferentes variables, tal como se puede ver en la tabla 3:

Tabla 3: Descripción de las situaciones de consumo utilizadas en los cuestionarios según las diferentes variables

	Dimensión colectiva	Con relación al producto		Con relación al establecimiento			Con relación a la persona		
		Precio alto	Precio bajo	Establecimiento de proximidad	Establecimiento no presencial	Establecimiento ilegal	Lo necesitas	Te hace ilusión	No lo necesitas ni te hace ilusión
El CD que habéis comprado en el top manta no está bien grabado			x			x		x	
La máquina del instituto nunca funciona bien; se ha quedado un euro y no os ha dado el refresco	x		x		x				x
El MP3 nuevo que te hacía tanta ilusión y que compraste en la tienda de al lado de tu casa, ha dejado de funcionar sin motivo		x		x				x	
A los pantalones supercaros que te compraron para ir a una boda se les ha descosido todo el bolsillo		x							x
Has quedado con unos amigos y has llegado más de una hora tarde porque el tren llevaba mucho retraso	x	x		x			x		
Contrataste Internet a la empresa net.com porque tenía una muy buena oferta, pero ahora has empezado a notar que Internet va mucho más lento de lo que debería		x			x		x		
El juguete que has comprado para tu primo pequeño en el bazar de legalidad dudosa por 3 € lleva pintura tóxica	x		x			x			x

3.3. Categorización de datos

Las respuestas de los jóvenes se han agrupado en categorías con el fin de tener datos más operativos. Las categorías se han definido de forma inductiva, partiendo de categorías previas que se han ido modificando a partir de las respuestas de los jóvenes. Estas categorías previas se han definido de acuerdo con los objetivos del estudio a partir de diferentes fuentes:

- El marco **legal** sobre los derechos y los deberes de las personas consumidoras, los procesos de resolución de conflictos y los organismos competentes en la protección de los derechos de las personas consumidoras.
- La **búsqueda bibliográfica** relacionada con el tema de estudio, que ha facilitado una visión previa de aspectos como: los tipos de conflictos de consumo más frecuentes, los sectores económicos más problemáticos para las personas consumidoras, las vías de resolución de conflictos más utilizadas.
- La **prueba piloto** efectuada con el alumnado, en la que se utilizó una ficha de recogida de datos con preguntas abiertas y con una visión panorámica del tema de estudio contextualizada en la realidad de los jóvenes.

3.3.1. Categorización de datos referentes al primer objetivo de investigación

Los resultados relacionados con el primer objetivo de investigación (*Determinar qué conocimiento tienen los jóvenes de Cataluña de los derechos y los deberes de las personas consumidoras*) se presentan agrupados en categorías según las tablas 4 y 5. Las categorías se han determinado partiendo de la regulación legal relacionada con los derechos de las personas consumidoras, de la bibliografía consultada y de las respuestas de los alumnos en la prueba piloto.

En Cataluña, los derechos de las personas consumidoras están regulados de forma específica en el Estatuto de Autonomía de 2006, en el RD 1/2007, en la Ley 3/1993 y en el Código de Consumo (pendiente de aprobación en el Parlamento catalán). Algunos de los derechos de las personas consumidoras se refieren a derechos ciudadanos generales y, por tanto, se regulan también mediante otras figuras legales no específicas de consumo. Este es el caso, por ejemplo, del *derecho a la lengua*, regulado, también, por la Ley 1/1998.

La categorización referente a derechos se ha efectuado a partir de la combinación de la base legal, específica o no de consumo, y de las respuestas de los alumnos en la prueba piloto. Por esta razón, las categorías, aunque pretenden reflejar todo el contenido legal, no están redactadas ni agrupadas de forma fiel a las leyes, sino que se presentan según la visión de los jóvenes (ver tabla 4).

Tabla 4: Categorización referente a los derechos de las personas consumidoras

CATEGORÍAS	SUBCATEGORÍAS
Seguridad	
Protección de los intereses económicos	Garantías - conformidad
	Garantías - reparación
	Documentación
	Protección jurídica, administrativa y técnica
Información	
Calidad de vida y medio ambiente	
Representación, participación y consulta	
Educación	
Lengua	
Prestación	
Derechos no legislados	Precio barato u ofertas
	Precio justo
	Diversidad
	Buena atención
	Otros

Descripción de las categorías referentes a los derechos de las personas consumidoras:

- **Seguridad:** derecho a la protección de la salud y seguridad de las personas consumidoras ante productos y servicios peligrosos. Se incluyen respuestas como: *que sea seguro; que no sea tóxico; que cumplan las normas...*
- **Protección de los intereses económicos** de las personas consumidoras ante conductas abusivas, negligentes o fraudulentas de los establecimientos. Se concreta en diferentes subcategorías:

- **Conformidad:** derecho a disfrutar, como mínimo, de la calidad y las prestaciones que consten en el contrato, presupuesto o cualquier otro documento que vincule al empresario. Constituye una concreción del derecho a la garantía.

Se incluyen respuestas como: *que esté en buen estado; que no esté tarado; que sea lo que promete ser; que los trenes sean puntuales; que el pan sea del día...*

- **Reparación:** derecho a la reparación de los productos o servicios que presentan un funcionamiento inadecuado. Constituye una concreción del derecho a la garantía. Se incluyen respuestas como: *que me lo arreglen si no funciona; que me lo cambien; una garantía...*

- **Documentación:** derecho a recibir la documentación relacionada con la compra o con la contratación (tique, factura, contrato, etc.).

Se incluyen respuestas como: *el tique; el contrato...*

- **Protección jurídica, administrativa y técnica:** derecho a recibir protección jurídica, administrativa y técnica en caso de conflicto de consumo.

Se incluyen respuestas como: *que pueda reclamar a la tienda; quejarme; que tengan hojas de reclamaciones...*

- **Información:** derecho a una publicidad y a una información veraces, suficientes y comprensibles sobre los derechos y los deberes de las personas consumidoras, y sobre las características y los precios de los productos y servicios.

Se incluyen respuestas como: *que nos informen bien sobre el producto; que lleven el precio; que lleven la fecha de caducidad...*

- **Calidad de vida y medio ambiente:** derecho a la defensa del ambiente y de la calidad de vida. Se incluyen respuestas como: *que no contamine...*

- **Representación, participación y consulta:** derecho a la formación de asociaciones para defender los derechos de las personas consumidoras, y derecho a la representación ante las autoridades competentes y en diferentes organismos con competencias que afecten directa o indirectamente a las personas consumidoras y usuarias.

Se incluyen respuestas como: *a hacer una asociación de consumidores...*

- **Educación:** derecho a recibir una educación en materia de consumo.

Se incluyen respuestas como: *la educación; ir a la escuela del consumo...*

- **Lengua:** derecho a ser atendido oralmente y por escrito en una lengua oficial.

Se incluyen respuestas como: *que te hablen en catalán; hablar catalán...*

- **Prestación:** derecho a que no se niegue la prestación de un servicio o la compra de un bien de manera injustificada.

Se incluyen respuestas como: *poder consumirlo sin problemas; elegir lo que queremos...*

- **Derechos no legislados:** todos aquellos que los jóvenes consideran derechos, pero que no se consideran legalmente. Se incluyen las siguientes subcategorías:

- **Precio barato u ofertas:** derecho a que los productos o los servicios se ofrezcan a un precio asequible para las personas consumidoras, o que los establecimientos contemplen ofertas para abaratarlos.
 Se incluyen respuestas como: *que sea barato; que sea económico; que bajen los precios; que no sea muy caro...*
- **Precio justo:** derecho a que los productos o servicios se ofrezcan a un precio razonable en función de su calidad.
 Se incluyen respuestas como: *un precio adecuado; precio razonable; que tenga una buena relación calidad-precio...*
- **Diversidad:** derecho a una oferta de productos y servicios variada, que permita a las personas consumidoras elegir según el propio criterio.
 Se incluyen respuestas como: *poder elegir; elegir lo que queremos...*
- **Buena atención:** derecho a ser bien atendido.
 Se incluyen respuestas como: *respeto; que me atiendan bien; buen trato...*
- **Otros:** esta categoría incluye todos los derechos no legislados que han sido citados por los jóvenes con una frecuencia muy baja (inferior al 1%) y que, por tanto, no pueden formar una subcategoría propia. Por ejemplo: derecho a un cambio de producto si no te gusta; derecho a que los productos tengan un origen concreto; derecho a la responsabilidad de la persona consumidora, etc.

Los deberes de las personas consumidoras no están reconocidos por ninguna figura legal. Por esta razón, la categorización se ha efectuado a partir de las respuestas de los jóvenes en la prueba piloto y del libro *Educación y consumo. La formación del consumidor en la escuela* (Pujol, 1996), donde se realiza una propuesta de las responsabilidades de las personas consumidoras. La tabla 5 muestra las categorías resultantes.

Tabla 5: Categorías referentes a los deberes de las personas consumidoras

Buen uso
Interpretación
Conservación
Responsabilidad
Reclamación y reivindicación
Comportamiento
Pago
Asociación
Otros

Descripción de las categorías referentes a los deberes de las personas consumidoras:

- **Buen uso:** deber de usar correctamente los bienes y servicios conforme a sus características, teniendo en cuenta las instrucciones y advertencias de uso.

Se incluyen respuestas como: *hacer un buen uso del producto; responsabilidad sobre el producto; cuidar lo que compras...*

- **Interpretación:** deber de pedir, leer de forma crítica y tener en cuenta la información que aparece en la publicidad o en la documentación relacionada con la compra o la contratación (contratos, presupuestos, condiciones de compra, publicidad, etc.).

Se incluyen respuestas como: *leer bien; leer la letra pequeña...*

- **Conservación:** deber de guardar la documentación asociada a la compra o la contratación, ya sea la publicidad o las ofertas, como contratos, comprobantes de pago, etc.

Se incluyen respuestas como: *conservar facturas y garantías...*

- **Responsabilidad:** deber de responsabilizarse de los propios actos de consumo y asumir sus consecuencias. Se incluyen

aspectos diversos como: la gestión del presupuesto, el fomento del comercio de proximidad, los criterios de compra relacionados con la sostenibilidad y la equidad social, la compra de productos y servicios adecuados al perfil de la persona consumidora, y que no presenten riesgos para la salud y la seguridad.

Se incluyen respuestas como: *moderar las compras; consumir con responsabilidad; mirar el origen del producto...*

- **Reclamación y reivindicación:** responsabilidad de actuar ante los conflictos de consumo solicitando ayuda administrativa para resolver los conflictos según el procedimiento correcto y participando en el proceso de resolución.

Se incluyen respuestas como: *no esperar demasiado tiempo para reclamar; reclamar si no lo has roto tú...*

- **Comportamiento:** responsabilidad de comportarse correcta y educadamente, siguiendo las normas que rigen en el establecimiento o servicio, expresarse correcta y educadamente para ser entendido en cualquiera de las dos lenguas oficiales.

Se incluyen respuestas como: *ser educados; buena conducta; no dañar las instalaciones...*

- **Pago:** deber de pagar los bienes adquiridos o servicios contratados según las condiciones establecidas previamente.

Se incluyen respuestas como: *pagar; no irse sin pagar; pagar por los servicios que me dan...*

- **Asociación:** responsabilidad de asociarse para defender los derechos de las personas consumidoras.

- **Otros:** esta categoría incluye todos aquellos deberes que han sido citados por los jóvenes con una frecuencia muy baja (inferior al 1%) y que, por tanto, no pueden formar una subcategoría propia. Se incluyen algunos derechos que no son propios del consumo,

sino que son de carácter cívico (como la responsabilidad de no discriminar a las personas, de no engañar, etc.), y otros aspectos que los jóvenes han citado como deberes, pero que tienen una validez cuestionable (como el deber de no tirar el envase, el deber de probar las cosas antes de comprarlas, el deber de comprar en una tienda regulada legalmente, la responsabilidad de quedarte satisfecho con la compra o la contratación, etc.).

3.3.2. Categorización de datos referentes al segundo objetivo de investigación

Los datos relacionados con el segundo objetivo de investigación (*Conocer cómo ejercen los jóvenes de Cataluña sus derechos y sus deberes como personas consumidoras, y determinar qué favorece que lo hagan*) se han categorizado según las tablas 6 y 7. Las categorías proceden de los datos obtenidos durante la prueba piloto.

Tabla 6: Categorías referentes a las acciones ante los conflictos de consumo

Seguir el procedimiento legal de reclamación	Dialogar
	Pedir una hoja de reclamación/denuncia
	Pedir que te reparen el producto/servicio
	Pedir que te cambien el producto/servicio
	Pedir que te devuelvan el dinero
	Reclamar
Informarse para resolver el conflicto	Pedir ayuda a la Administración pública
	Pedir ayuda a los padres
Conformarse con el problema	No volver más a aquel establecimiento
	Comprar otro producto / contratar otro servicio
	No hacer nada
	Tirar el producto a la basura
Seguir un procedimiento alternativo de reclamación	Acudir a la policía
Seguir un procedimiento no recomendable	Actuar de forma poco adecuada
Otras	

Descripción de las categorías referentes a las acciones ante un conflicto de consumo:

- **Seguir el procedimiento legal de reclamación:** todas aquellas respuestas que se refieren al procedimiento administrativo de resolución de conflictos. En concreto, pueden relacionarse con:
 - **Reclamar:** respuestas que hacen referencia a la reclamación de forma general, sin especificar qué se reclamaría o mediante qué procedimiento. Las respuestas que especifican qué reclamarían, normalmente, se incluyen en otras subcategorías; por ejemplo, la respuesta *reclamaría que me devolvieran el dinero* se incluiría en la categoría “pedir dinero”. Las respuestas que especifican qué procedimiento seguirían para reclamar, también se pueden incluir en otras categorías; por ejemplo, *pediría la hoja de reclamaciones para reclamar* se contabilizaría en la categoría “pedir hoja de reclamación/denuncia”.

En esta subcategoría se incluyen respuestas como: *reclamar; haría una reclamación...*

- **Pedir el dinero:** pedir al establecimiento que te devuelva el dinero que has pagado por la compra del bien o la contratación del servicio.

Se incluyen respuestas como: *que me devuelvan el dinero; pedir el dinero; reclamaría que me devolvieran el dinero...*

- **Pedir que te cambien el producto/servicio:** pedir al establecimiento que te cambie el producto o servicio por otro nuevo.

Se incluyen respuestas como: *pedir un MP3 nuevo; que me lo cambien...*

- **Pedir que te reparen el producto/servicio:** exigir al establecimiento que te repare el producto que has comprado, para que funcione correctamente.

Se incluyen respuestas como: *que arreglen la máquina; pediría que me arreglen el MP3...*

- **Pedir una hoja de reclamación/denuncia:** formalizar una queja, una reclamación o una denuncia utilizando la hoja de reclamación/denuncia. También se han incluido las respuestas que hacen referencia al “libro de reclamaciones”, ya que, aunque en la mayoría de establecimientos se ha sustituido por la hoja, puede ser que los alumnos no lo sepan.

Se incluyen respuestas como: *pediría la hoja de reclamaciones; escribiría en el libro de reclamaciones; pediría una hoja para reclamar...*

- **Dialogar:** hablar con el responsable del establecimiento para llegar a un acuerdo. Se ha incluido dentro de la categoría “seguir el procedimiento legal de reclamación” ya que es el primer paso que recomienda la Administración pública para resolver los conflictos de consumo. Se han incluido las respuestas en las que sólo se hace referencia al diálogo y no se especifica ni la devolución del dinero, ni el cambio o la reparación del producto, ya que éstas se incluirían en otras categorías.

Se incluyen respuestas como: *preguntaría a la empresa qué ha pasado; buscaría el teléfono y le diría que no funciona bien [la máquina de bebidas]; pediría explicaciones; hablaría con el dependiente...*

- **Informarse para resolver los conflictos:** todas aquellas respuestas relacionadas con la solicitud de información sobre los derechos y deberes. Se incluyen las subcategorías siguientes:

- **Pedir ayuda a los padres:** consultar la opinión de los padres o avisarlos para que ayuden a solucionar el problema.

Se incluyen respuestas como: *decírselo a mi padre; preguntar a mi madre; llamaría a mis padres...*

- **Pedir ayuda a la Administración pública:** dirigirse a cualquier Administración pública para pedir información.

Se incluyen respuestas como: *llamar al 012; ir al Ayuntamiento...*

- **Conformarse con el problema:** aceptar que ha habido un problema, pero optar por adaptarse. Se incluyen las subcategorías siguientes:

- **No hacer nada:** manifestar que la acción que se llevará a cabo será pasiva, o que serán acciones que no tienen nada que ver con la resolución del conflicto.

Se incluyen respuestas como: *nada; irme; no escucharlo* (en el caso de un conflicto con un CD comprado en el top manta); *llegar tarde* (en el caso de un conflicto con el tren)...

- **Comprar otro:** adquirir otro producto o contratar otro servicio similar, pero que funcione, pagando su precio normal de venta, o bien arreglar el producto por cuenta propia.

Se incluyen respuestas como: *comprar otro; buscar otra compañía* (en el caso de un conflicto con una compañía de servicio de Internet); *coser los pantalones; llevarlo al taller...*

- **No volver al establecimiento:** precisar que no se volverá a consumir más en el establecimiento donde se ha tenido el conflicto.

Se incluyen respuestas como: *no comprar más; no volver nunca más; cambiar de tienda; darme de baja* (en el caso de un conflicto con una compañía de servicio de Internet)...

- **Tirarlo:** tirar el producto que ha originado el conflicto.

Se incluyen respuestas como: *tirarlo a la basura; tirarlo...*

- **Seguir un procedimiento alternativo de resolución:** resolver

el conflicto por una vía alternativa al proceso administrativo. Se incluye la siguiente subcategoría:

- **Policía:** dirigirse a la policía para denunciar el conflicto.
Se incluyen respuestas como: *ir a la policía; denunciarlo a los mossos; ir a juicio...*
- **Seguir un procedimiento no recomendable:** actuar para resolver el conflicto siguiendo un procedimiento poco aconsejable. Se incluyen las siguientes subcategorías:
 - **Actuar de forma poco adecuada:** llevar a cabo acciones poco respetuosas con las otras personas o con las instalaciones, como, por ejemplo, manifestar violencia, dañar infraestructuras, etc.
 - Se incluyen respuestas como: *montar un pollo en la tienda; dar patadas a la máquina; liarla; pegar el tendero...*
- **Otras:** llevar a cabo otras acciones variadas que no están contempladas en ninguna categoría anterior y que no tienen suficiente significatividad como para crear una categoría nueva.

Se incluyen respuestas como: *no comprarlo; escribir una carta al periódico; avisar a los demás...*

Tabla 7: Categorías referentes a las justificaciones de las acciones ante los conflictos de consumo

CATEGORÍAS	SUBCATEGORÍAS
Producto	Precio caro
	Precio barato
Establecimiento	De proximidad
	No presencial
	Ilegal
Persona	Lo necesita
	Le hace ilusión
	No lo necesita
	No le hace ilusión
Dimensión colectiva	Otras personas
Otras	

Descripción de las categorías referentes a las justificaciones ante un conflicto de consumo:

- **Producto:** justificaciones que toman como referencia el producto o servicio. Se concreta en las siguientes subcategorías:
 - o **Precio caro:** el producto comprado o servicio contratado tiene un precio que se considera elevado.

Se incluyen respuestas como: *Internet es muy caro y tiene que ir bien; un MP3 es muy caro...*
 - o **Precio barato:** el producto comprado o servicio contratado tiene un precio que se considera bajo.

Se incluyen respuestas como: *el CD es muy barato; el precio de la lata; que es muy barata...*

- **Establecimiento:** justificaciones que toman como referencia el establecimiento donde se ha realizado el acto de consumo. Se concreta en las siguientes subcategorías:
 - o **De proximidad:** establecimientos situados en el entorno próximo de los jóvenes (por ejemplo, en su barrio) y que normalmente ofrecen una atención personalizada. Se incluyen respuestas como: *la tienda está cerca de casa; puedo ir a la taquilla de la estación fácilmente...*
 - o **No presencial:** establecimiento en el que nadie atiende personalmente a las personas consumidoras, como, por ejemplo, una máquina expendedora de bebidas.

Se incluyen respuestas como: *no tiene ninguna tienda donde pueda ir; no hay nadie que te atienda personalmente...*
 - o **Ilegal:** establecimiento que no cumple los requisitos legales necesarios para actuar. Se incluyen respuestas como: *no es una tienda legal...*

- **Persona:** justificaciones que toman como referencia a la persona

que lleva a cabo el acto de consumo. Se concreta en las siguientes subcategorías:

- **Lo necesita:** el producto comprado o servicio contratado se considera necesario.

Se incluyen respuestas como: *necesito que Internet vaya bien...*
 - **No lo necesita:** el producto comprado o servicio contratado no se considera necesario.

Se incluyen respuestas como: *ya no los necesito...*
 - **Le hace ilusión:** la ilusión asociada a la compra del producto o la contratación del servicio se considera un criterio importante en la toma de decisiones.

Se incluyen respuestas como: *me hacía mucha ilusión tener ese CD...*
 - **No le hace ilusión:** que la compra o la contratación del servicio no haga ilusión se considera un criterio importante en la toma de decisiones.

Se incluyen respuestas como: *no me hacen ninguna ilusión...*
- **Dimensión colectiva:** justificaciones que tienen en cuenta que el consumo es un acto ciudadano y que las decisiones de una persona consumidora pueden afectar a otras personas. Se concreta en una subcategoría:
- **Otras personas:** el hecho de considerar el beneficio o el perjuicio que los actos propios pueden causar en otras personas se considera un criterio importante en la toma de decisiones.

Se incluyen respuestas como: *podría ser peligroso para los demás; que no vuelva a pasarle a nadie más...*

3.3.3. Categorización de datos referentes al tercer objetivo de investigación

Las categorías que agrupan los resultados relacionados con el tercer objetivo de investigación (*Determinar qué conocimiento tienen los jóvenes de Cataluña de las instituciones relacionadas con la protección de los derechos de las personas consumidoras*) se presentan en la tabla 8. Se han definido partiendo de la organización administrativa en competencia de consumo en Cataluña y de las respuestas de los jóvenes.

Tabla 8: Categorización referente a los derechos de las personas consumidoras	
CATEGORÍAS	SUBCATEGORÍAS
Administración municipal	Ayuntamiento
	OMIC
Administración comarcal	Consejo Comarcal
	OCIC
Administración autonómica	Generalitat de Cataluña
	ACC
	012
Administración estatal	Estado español
	INC
Administración europea	
Administración judicial	Juzgado
	Abogado
	Policía
Asociaciones de consumidores	
Establecimiento comercial	
Personas cercanas	Familia
	Amigos
	Profesores
Lugares no concretos	
Otros	

Descripción de las categorías referentes a las instituciones, lugares o personas que los jóvenes relacionan con la protección de los derechos de las personas consumidoras:

- **Administración municipal:** Administración pública competente a nivel municipal, en cualquiera de las dos subcategorías:
 - ⇒ **Ayuntamiento:** Administración municipal en general, sin concretar ninguna oficina o departamento.
 - ⇒ **Oficina Municipal de Información al Consumidor (OMIC):** se incluyen las respuestas que hacen referencia específica a la OMIC y las que se refieren a la oficina pública municipal con competencia en consumo, pero sin nombrarla.
- **Administración comarcal:** Administración pública competente a nivel comarcal, en cualquiera de las dos subcategorías:
 - ⇒ **Consejo Comarcal:** Administración comarcal en general, sin concretar ninguna oficina o departamento.
 - ⇒ **Oficina Comarcal de Información al Consumidor (OCIC):** se incluyen las respuestas que hacen referencia específica a la OCIC y las que se refieren oficina pública comarcal con competencia en consumo, pero sin nombrarla.
- **Administración autonómica:** Administración pública competente a nivel de comunidad autónoma, en cualquiera de las tres subcategorías:
 - ⇒ **Generalitat de Cataluña:** Administración autonómica de Cataluña en general, sin concretar ninguna oficina o departamento.
 - ⇒ **Agencia Catalana del Consumo (ACC):** Se incluyen las respuestas que hacen referencia específica a la ACC y las que se refieren a la oficina pública autonómica con competencia en consumo, pero sin nombrarla.
 - ⇒ **012:** se incluyen las respuestas que hacen referencia

específica al 012 y también las que se refieren al teléfono público autonómico responsable de la información ciudadana general.

- **Administración estatal:** Administración pública competente a nivel estatal, en cualquiera de las dos subcategorías:
 - ⇒ **Estado español:** Administración pública estatal en general, sin concretar ninguna oficina o departamento.
 - ⇒ **Instituto Nacional de Consumo (INC):** se incluyen las respuestas que hacen referencia específica al INC y las que se refieren la oficina pública estatal con competencia en consumo, pero sin nombrarla.
- **Administración europea:** Administración pública competente a nivel europeo, sin concretar ninguna oficina o departamento.
- **Administración judicial:** respuestas relacionadas con el proceso judicial, en cualquiera de las tres subcategorías:
 - ⇒ **Juzgado:** se incluyen las respuestas que hacen referencia al lugar donde se llevan a cabo los juicios.
 - ⇒ **Abogado:** se incluyen las respuestas que hacen referencia a la persona que tiene la función de asesorar en temas legales o de intervenir ante el juez en un juicio.
 - ⇒ **Policía:** se incluyen las respuestas que especifican el cuerpo público que vela por el mantenimiento del orden y la seguridad pública.
- **Establecimiento comercial:** hablar con los profesionales del establecimiento comercial o dirigirse al servicio de atención al cliente del establecimiento en que se ha efectuado la compra o la contratación.
- **Asociación de consumidores:** organizaciones privadas cuya finalidad es defender los intereses de las personas consumidoras.
- **Personas cercanas:** personas del entorno social del alumnado. Se diferencian tres subcategorías:

- ⇒ **Familia:** cualquier persona del entorno familiar de los jóvenes.
- ⇒ **Amigos:** cualquiera de los amigos de los jóvenes.
- ⇒ **Profesores:** cualquiera de los profesores que tienen los jóvenes en el instituto de enseñanza secundaria.
- **Lugar no concreto:** referencias poco concretas a puntos de información, pero sin concretar su ámbito.
- **Otros:** otras respuestas que no hacen referencia a ninguna de las categorías anteriores y que han sido citadas con una frecuencia demasiado baja para formar una categoría propia. Se incluyen, por ejemplo, los bomberos, Internet, el médico, el sindicato, el teléfono de información 11888, etc.

3.3.4. Categorización de datos referentes al cuarto y quinto objetivos de investigación

Los datos obtenidos de las respuestas relacionadas con los objetivos cuarto (*Determinar cómo valoran los jóvenes de Cataluña el hecho de conocer sus derechos y sus deberes como personas consumidoras*) y quinto (*Conocer cómo viven los jóvenes de Cataluña la dimensión ciudadana del consumo*) se han agrupado en tres tipos de categorías:

- La primera categorización se refiere a la importancia de conocer los derechos y los deberes (ver tabla 9).

Tabla 9: Categorización de los datos respecto a la importancia de conocer los derechos y los deberes

CATEGORÍAS
Sí
No

- La segunda y la tercera categorizaciones están relacionadas con la justificación de la respuesta. En la segunda categorización, las respuestas se agrupan en función de que se haga referencia o no a los conflictos de consumo (ver tabla 10), y en la tercera respecto a la dimensión colectiva del consumo (ver tabla 11).

Tabla 10: Categorización de los datos respecto a los conflictos de consumo

CATEGORÍAS	SUBCATEGORÍAS
Hacen referencia a los conflictos de consumo	Para evitarlos
	Para saber actuar
	Para defenderse
No hacen referencia a los conflictos de consumo	

Tabla 11: Categorización de los datos respecto a la dimensión colectiva del consumo

CATEGORÍAS
Justificación individual
Justificación colectiva
Indeterminado

Descripción de las categorías referentes a los conflictos de consumo:

- **Justificaciones que hacen referencia a los conflictos de consumo:** argumentaciones basadas en los conflictos:
 - ⇒ **Para evitarlos:** hacen referencia a la acción previa al conflicto y presuponen que la acción de la persona consumidora puede producir o evitar los conflictos de consumo.
 - ⇒ **Para saber actuar:** hacen referencia a la actuación posterior a un conflicto. Son aquellas respuestas que

justifican el conocimiento de los derechos y los deberes, porque les proporcionarán herramientas para poder actuar con criterio ante un conflicto de consumo.

⇒ **Para defenderse:** se refieren a la acción posterior a un conflicto, pero con la presunción de que la persona consumidora es la víctima.

- **Justificaciones que no hacen referencia a los conflictos de consumo:** otras argumentaciones generales relacionadas con el funcionamiento de los actos de consumo, pero que no están relacionadas con los conflictos.

Descripción de las categorías referentes a la dimensión colectiva del consumo:

- **Justificaciones individuales:** cualquier argumentación que se refiere a las personas consumidoras como individuos.
- **Justificaciones colectivas:** argumentaciones que tienen en cuenta la dimensión social de los actos de consumo y hacen referencia a las demás personas consumidoras o la ciudadanía.
- **Justificaciones indeterminadas:** justificaciones en cuya argumentación no se determina si son individuales o colectivas.

Aunque dentro de cada tipo de categorización las categorías son excluyentes, los tres tipos de categorizaciones no son excluyentes entre sí. De modo que una misma respuesta hace referencia a una categoría de cada tipo. En la tabla 12 se muestran algunos ejemplos.

Tabla 12: Ejemplos de categorizaciones de las respuestas

Respuesta	Categoría respecto a la importancia de conocer los derechos y deberes	Categoría respecto a los conflictos de consumo	Categoría respecto a la dimensión colectiva
<i>Sí, porque todos somos consumidores</i>	Sí	No hace referencia a los conflictos	Justificación colectiva
<i>Es importante que los consumidores se puedan defender</i>	Sí	Hace referencia a los conflictos. Para defenderse	Dimensión colectiva
<i>Sí, para que no me estafen</i>	Sí	Hace referencia a los conflictos. Para evitarlos	Dimensión individual
<i>Sí, para saber qué puedo hacer cuando tenga un conflicto</i>	Sí	Hace referencia a los conflictos. Para saber actuar	Dimensión individual
<i>Sí, porque es útil. Es importante para consumir mejor</i>	Sí	No hace referencia a los conflictos	Indeterminado
<i>Sí, para cuando haya problemas</i>	Sí	Hace referencia a los conflictos. Para saber actuar	Indeterminado
<i>No es útil</i>	No	-	Indeterminado

3.4. Análisis estadístico de datos

El análisis estadístico de los datos lo ha llevado a cabo el Departamento de Estadística de la Universidad Autónoma de Barcelona. La lectura, manipulación, validación y análisis estadístico de la base de datos ha sido realizada con el *software*: SAS v9.1, SAS Institute Inc., Cary, NC, USA.

Para las decisiones estadísticas se ha tomado como nivel de significación el valor 0,05.

En el análisis descriptivo se han obtenido tablas de frecuencia para todas las variables almacenadas en función de la variable explicativa principal.

Los análisis bivariantes se han realizado mediante pruebas bivariantes en las que se han utilizado las variables explicativas sexo, edad, localidad y tipo de cuestionario (bienes o servicios) como variables independientes. Se ha utilizado la prueba de homogeneidad de distribuciones discretas adecuada (test Ji-Cuadrado, Exacto de Fisher, Razón de Verosimilitud) en función del cumplimiento de los criterios de aplicación.

Las asociaciones entre derechos y deberes y las asociaciones entre acciones y justificaciones se han analizado mediante el coeficiente Kappa. Este índice se puede interpretar de la siguiente manera:

Tabla 13: Valor de las asociaciones entre variables a partir del coeficiente Kappa

Valor de k	Asociación
< 0.20	Pobre
0.21-0.40	Débil
0.41-0.60	Moderada
0.61-0.80	Buena
0.81-1.00	Muy buena

5. Conclusiones de la investigación

5.1. Conclusiones respecto al primer objetivo de investigación

Los estudiantes de ESO de Cataluña tienen un conocimiento medio de sus derechos y sus deberes como personas consumidoras. Si bien casi todos los jóvenes conocen al menos un derecho o un deber, la mayoría sólo conocen uno o dos. Además, la diversidad de derechos y deberes conocidos es muy baja: la mayoría de jóvenes hacen referencia a los mismos tres o cuatro derechos y deberes, de forma que el resto son muy desconocidos.

Por otro lado, existen algunas asociaciones entre derechos y deberes que podrían indicar que los jóvenes son conscientes de sus responsabilidades antes de reclamar el cumplimiento de sus derechos. Sin embargo, parece

que en general los jóvenes tienen un conocimiento ligeramente más elevado de sus derechos que de sus deberes, ya que hay más jóvenes que no conocen ningún deber que jóvenes que no conozcan ningún derecho.

En general, el conocimiento de los derechos y los deberes varía muy poco entre chicos y chicas, pero sí que presenta algunas diferencias respecto a la edad de los jóvenes o la localidad donde viven. También presenta diferencias en función de que se relacione con la compra de bienes o con la contratación de servicios.

Conclusiones con relación al conocimiento de los derechos de las personas consumidoras

Los derechos más conocidos por los jóvenes se centran en tres, de los cuales dos están relacionados con la calidad de los productos (el derecho a la conformidad y el derecho a la reparación) y uno con los derechos no legislados (el derecho a la buena atención). El derecho a la protección jurídica, a la prestación, a la calidad de vida y de medio ambiente, a la lengua, la educación, y a la representación, consulta y participación han sido citados en porcentajes insignificantes.

En general no existen demasiadas diferencias significativas en el conocimiento de los derechos entre chicos y chicas, entre jóvenes de diferentes edades, o entre jóvenes que viven en diferentes comarcas.

- Entre las chicas, los derechos no legislados suelen ser más corrientes que entre los chicos, y el derecho a la reparación, menos.
- El conocimiento de los derechos presenta algunas diferencias estadísticamente significativas respecto a la edad de los jóvenes: en general, a medida que se hacen mayores, los jóvenes se refieren más a derechos como la conformidad, la documentación y la protección jurídica, y menos al derecho de la reparación.
- Los jóvenes de comarcas de más de 1.000.000 de habitantes suelen referirse más a los derechos a la reparación o los derechos

no legislados, los jóvenes de comarcas de entre 100.001 y 1.000.000 de habitantes son los que más se refieren al derecho a la conformidad, y los jóvenes de comarcas de menos de 100.000 habitantes son los únicos que han citado el derecho a la lengua o a la educación.

El derecho a la reparación es el único que varía en función de que los jóvenes se refieran a la compra de productos o a la contratación de servicios. Este derecho se relaciona más con la contratación de servicios que con la compra de bienes.

Conclusiones con relación al conocimiento de los deberes de las personas consumidoras

Los deberes más conocidos por los jóvenes se centran en cuatro: el deber al pago, el deber de reclamar y reivindicar, la responsabilidad de comportarse correctamente y la de hacer un buen uso del producto o servicio.

En general no hay diferencias significativas en el conocimiento de los derechos entre chicos y chicas, pero sí algunas entre jóvenes de diferentes edades, o entre jóvenes que viven en diferentes comarcas.

- El deber de pagar y de conservar la documentación presentan diferencias estadísticamente significativas relacionadas con la edad de los jóvenes. Los jóvenes de 13 a 15 años son los que más se refieren al pago, mientras que los jóvenes de 15-16 años son los que más se refieren a la conservación de la documentación.
- Los jóvenes de comarcas de más de 1.000.000 de habitantes son los que tienen más tendencia a referirse al buen uso de los productos o servicios, o a la responsabilidad de interpretar correctamente la información recibida. En cambio, los jóvenes de comarcas de entre 100.001 y 1.000.000 de habitantes son los que más se refieren al pago y los que menos se refieren a la conservación de la documentación.

La responsabilidad de comportarse correctamente, o de reclamar y reivindicar se relacionan más con el consumo de servicios que con la compra de productos.

Conclusiones con relación a las asociaciones entre derechos y deberes

Se dan pocas asociaciones estadísticamente significativas entre los derechos y los deberes mencionados, pero entre las más significativas destaca que los jóvenes citan derechos y deberes que tienden a estar relacionados. Así pues, parece que sean conscientes de que pueden reclamar sus derechos como personas consumidoras siempre que hayan cumplido con sus responsabilidades. Esto sucede sobre todo con el derecho a la reparación y con el derecho a la conformidad: los alumnos consideran que tienen el derecho a una reparación si el producto/servicio no funciona correctamente siempre que hayan cumplido con su responsabilidad de hacer un buen uso de él. Del mismo modo, consideran que tienen derecho a que el producto/servicio responda la calidad anunciada (derecho a la conformidad), pero que también tienen la responsabilidad de haberlo pagado y de reclamar (si procede) siguiendo el procedimiento indicado.

Por otra parte, otras asociaciones estadísticamente significativas son: los alumnos que hacen mención del derecho a la conformidad tienden a citar el deber de comportarse correctamente; los alumnos que mencionan el derecho a la calidad de vida y de medio ambiente tienden a hacer referencia a otros deberes que no pertenecen a ninguna categoría específica; y los alumnos que citan derechos no legislados tienden a citar también el deber de reclamar correctamente.

5.2. Conclusiones respecto al segundo objetivo de investigación

Ante posibles conflictos de consumo, normalmente los jóvenes se muestran activos, dispuestos a actuar para ejercer sus derechos y sus deberes como personas consumidoras. Su acción viene motivada no sólo

por razones individuales (como la inversión económica que les supone el producto/servicio o la ilusión que les hace, etc.), sino también por una alta conciencia ciudadana, teniendo en cuenta los efectos de su acción hacia las demás personas consumidoras.

La actuación de los jóvenes ante los conflictos de consumo está muy ligada a cada situación concreta. Aspectos relacionados con el producto, con la dimensión personal asociada a la compra, con el establecimiento o con las demás personas consumidoras parece que jueguen un papel importante para favorecer uno u otro tipo de acción.

A pesar de todo, y en general, las acciones de los jóvenes tenderían más a seguir procedimientos alternativos para resolver los conflictos (como acudir a la policía) que a utilizar los mecanismos específicos que la Administración con competencia de consumo pone a su alcance (como pedir la hoja de reclamación/denuncia o utilizar los servicios de información al consumidor).

Conclusiones respecto a las actuaciones y justificaciones de los jóvenes ante situaciones concretas de conflictos de consumo

La actuación de los jóvenes ante posibles conflictos de consumo depende del contexto. Ante situaciones concretas, los jóvenes actuarían y justificarían su actuación de la siguiente manera:

- *El CD que has comprado en el top manta no está bien grabado.* La mayoría de jóvenes reconocen que se trata de un conflicto con una tienda ilegal, y, en porcentajes más bajos, admiten que es un producto barato y que les hace ilusión. Según estas justificaciones, la mayoría de jóvenes optarían por dos acciones opuestas: pedirían que les cambiaran el producto o, en porcentaje similar, optarían por no hacer nada y conformarse con el problema.
- *Contrataste Internet a la empresa net.com porque tenía una muy buena oferta, y ahora has empezado a notar que Internet va mucho más lento de lo que debería.* En general, la mayor parte de jóvenes consideran que es un servicio necesario y de precio elevado, por

lo que optarían por seguir el procedimiento legal de reclamación.

- *La máquina del instituto nunca funciona bien. Se ha quedado un euro y no te ha dado el refresco.* La mayoría de jóvenes reconocen que este conflicto puede afectar a las demás personas consumidoras, y, en menor proporción, que está relacionado con un establecimiento no presencial. Según estas justificaciones, los jóvenes tenderían a seguir el procedimiento legal de reclamación y dialogar con el establecimiento. En proporciones más bajas, actuarían de forma no recomendada.
- *El MP3 nuevo que te hacía tanta ilusión y que compraste en la tienda de al lado de casa ha dejado de funcionar sin motivo.* La mayoría de jóvenes admiten que el producto supone una inversión económica importante y que, además, les hace ilusión. Según estas justificaciones, los jóvenes seguirían el procedimiento legal de reclamación y tenderían a pedir que les cambiaran el producto.
- *A los pantalones supercaros que te compraron para una boda, se les ha descosido todo el bolsillo.* La mayoría de jóvenes admiten que el producto supone una inversión económica importante. Según esta justificación, pedirían a la tienda que les cambiara el producto o, en una proporción menor, optarían por comprarse otros pantalones.
- *Has quedado con unos amigos y has llegado más de una hora tarde porque el tren ha llegado con mucho retraso.* La mayor parte de jóvenes afirman que este conflicto de consumo puede afectar a muchas personas y que, además, es un servicio necesario que les hace ilusión. Según estas justificaciones, la mayoría de jóvenes no harían nada o dialogarían con el establecimiento y reclamarían.
- *El juguete que has comprado para tu primo pequeño en el bazar de legalidad dudosa por 3 € lleva pintura tóxica.* La mayoría de jóvenes consideran que este conflicto de consumo puede afectar a otras personas, pero, en menor proporción, admiten que la tienda donde la compraron tal vez no es legal. Según estas

justificaciones, la mayoría de jóvenes seguirían el procedimiento legal de reclamación y pedirían que les devolvieran el dinero o les cambiaran el producto, o acudirían a la policía.

Conclusiones respecto a las actuaciones de los jóvenes ante conflictos de consumo en general

En general, la mayoría de estudiantes de ESO de Cataluña, ante posibles situaciones de conflicto de consumo, emprenderían acciones relacionadas con el procedimiento legal de reclamación. En segundo lugar, están los que seguirían un procedimiento alternativo de reclamación o se conformarían con el problema.

No obstante, considerando las acciones concretas a nivel de subcategorías, la mayoría de jóvenes, en primer lugar, tenderían a acudir a la policía y, en segundo, a dialogar con el establecimiento. En porcentajes más bajos, optarían por comprar otro producto o servicio, actuar de forma poco adecuada o tirar lo que han comprado. Un porcentaje insignificante de jóvenes pedirían ayuda a la Administración pública.

El tipo de acción ante un conflicto presenta algunas diferencias entre chicos y chicas, y entre jóvenes de diferentes edades o localidades:

- Las chicas tenderían a pedir una reparación o a dialogar con el establecimiento en un porcentaje ligeramente superior al de los chicos. En cambio, los chicos hacen más referencia a acciones como acudir a la policía o actuar de forma poco adecuada.
- A medida que se hacen mayores, los jóvenes tenderían más a reclamar, a actuar de forma poco adecuada o a seguir otros tipos de acciones. La hoja de reclamación/denuncia la pedirían sobre todo jóvenes de 13 años, y no la pediría ningún joven de 16 años o más.
- Cuanto mayor es la comarca donde viven los jóvenes, más tienden a reclamar en caso de conflicto de consumo, y

menos tienden a pedir una reparación. La acción de no hacer nada ante los conflictos de consumo ha sido citada sobre todo por jóvenes de comarcas de más de 1.000.000 de habitantes, seguidas de comarcas de menos de 100.000 habitantes.

Conclusiones respecto a las justificaciones de los jóvenes ante conflictos de consumo en general

En general, los estudiantes de ESO de Cataluña utilizan sobre todo justificaciones personales y relacionadas con el producto o servicio que compran. En segundo lugar, tienen en cuenta la dimensión colectiva del consumo y, por último, las características del establecimiento u otras justificaciones.

Concretamente, la mayor parte de los jóvenes justifican su acción haciendo referencia al precio elevado o los efectos que puede tener el conflicto para las otras personas consumidoras. En segundo lugar, utilizan justificaciones relacionadas con la ilusión que les hace la compra, la necesidad que tienen de ese producto o servicio, y la ilegalidad de la tienda.

La justificación de la acción ante un conflicto no presenta diferencias entre jóvenes de diferentes comarcas, pero sí que presenta algunas diferencias entre chicos y chicas, y entre jóvenes de diferentes edades:

- Los chicos tienden a referirse más a los establecimientos no presenciales que las chicas, mientras que las chicas tienden a referirse más al beneficio social que los chicos.
- Entre los 12 y los 15 años, a medida que se hacen mayores, los jóvenes tienden a utilizar menos razones relacionadas con la ilusión. Sin embargo, los jóvenes de 16 años o más tienden a utilizar más justificaciones relacionadas con la ilusión que los jóvenes de 14 años.

Conclusiones respecto a la relación entre acciones y justificaciones de los jóvenes ante conflictos de consumo

Explorar las relaciones entre cómo actuarían los jóvenes ante un conflicto de consumo y cómo justificarían esa acción permite hacerse una idea sobre qué aspectos favorecen que los jóvenes ejerzan sus derechos y sus deberes ante posibles conflictos de consumo.

En general, los **aspectos que favorecen acciones contempladas en el procedimiento legal de reclamación** (dialogar con el establecimiento, pedir un cambio de producto/servicio, etc.) son: que el producto o servicio consumido sea caro, que se considere necesario, o que el conflicto de consumo pueda afectar a otras personas consumidoras. Por el contrario, que el establecimiento sea ilegal es un aspecto que no favorece que se lleve a cabo el procedimiento legal de reclamación. Concretamente, que el precio sea elevado favorecería la reclamación, o que se pidiera un cambio o una reparación del producto/servicio. En cambio, que el producto/servicio sea necesario o que el conflicto pudiera afectar a otras personas favorecería que se dialogara con el establecimiento, pero no favorecería que se pidiera un cambio o reparación del producto/servicio.

Por otro lado, los **aspectos que favorecen que los jóvenes, ante un conflicto de consumo, opten por conformarse con el problema** (no haciendo nada, tirando el producto/servicio a la basura, volviéndolo a comprar, etc.) son: que el precio sea barato, que necesiten el producto/servicio o que sea un establecimiento ilegal. Concretamente, que el producto/servicio sea considerado necesario favorecería que compraran otro. En cambio, que el precio sea barato o que el establecimiento sea ilegal favorecería que tiraran el producto/servicio, que no hicieran nada o que no volvieran nunca a aquel establecimiento.

Seguir un **procedimiento alternativo de reclamación** (como acudir a la policía) se daría cuando el conflicto de consumo pudiera afectar a otras personas o si el establecimiento fuera ilegal. Y **actuar de forma poco adecuada** se daría cuando el establecimiento fuera no presencial.

5.3. Conclusiones respecto al tercer objetivo de investigación

Ante posibles conflictos de consumo, los jóvenes no tenderían a acudir a las administraciones públicas con competencia específica de consumo. Aunque la mayoría harían uso de algún organismo directamente relacionado con el consumo, predominan los que se dirigen al sector privado (establecimiento comercial) y son muy pocos los que recurrirían a una institución pública especializada (OMIC, OCIC, ACC, etc.). Hay más jóvenes que se dirige a personas cercanas para resolver los conflictos de consumo que a las administraciones comarcal, estatal o europea, o una asociación de consumidores.

En general, la mayor parte de jóvenes se dirigieron al establecimiento comercial para resolver sus conflictos de consumo. En segundo lugar, los jóvenes acudirán a la policía, en tercer lugar, al Ayuntamiento en general, y, en cuarto lugar, la Agencia Catalana del Consumo.

Entre las instituciones públicas específicas de consumo, la ACC es la más conocida por los jóvenes (con un 16% de las respuestas). Las OMIC, las OCIC o la INC tienen una presencia muy poco significativa entre las respuestas, inferior al 1%.

En general no existen demasiadas diferencias significativas entre las respuestas de chicos y las de chicas, entre jóvenes de diferentes edades, o entre jóvenes que viven en localidades diferentes.

- Más chicas que chicos tenderían a dirigirse al establecimiento comercial para resolver sus conflictos de consumo. En cambio, los chicos tenderían más a acudir a la Administración estatal, a la Generalitat de Cataluña, al juzgado, a la policía o a los padres para resolver sus conflictos de consumo.
- A medida que se hacen mayores, los jóvenes tienden menos a dirigirse a la Administración municipal, al establecimiento comercial o a los padres para resolver los conflictos de consumo, y más a la ACC, al 012 o a puntos de información sin concretar. Ningún joven de 12 o de 16 años se dirigiría a la Administración estatal, aunque los jóvenes del resto de edades lo haría en porcentajes muy bajos.

Hasta los 14 años, el porcentaje de jóvenes que se dirigiría a la Administración judicial aumenta con la edad; a partir de los 14 años, disminuye.

- Cuanto mayor es la comarca, los jóvenes que viven en ella tienden más a dirigirse al establecimiento comercial y a los lugares no concretos para resolver los conflictos de consumo. Los jóvenes de comarcas de entre 100.001 y 1.000.000 de habitantes son los que más se dirigieron al Ayuntamiento, pero los que menos se dirigieron a la ACC o al teléfono 012. Los jóvenes de comarcas de menos de 100.000 habitantes son, notablemente, los que más acudirían al Consejo Comarcal o a la policía, y los que menos se dirigirían a la Administración estatal.

5.4. Conclusiones respecto al cuarto y quinto objetivos de investigación

Casi todos los jóvenes encuestados consideran que es importante conocer los derechos y los deberes que tienen como personas consumidoras. Poco más de la mitad justifican esta importancia con relación a los conflictos de consumo. La mayor parte de estos consideran que conocer los derechos y los deberes de las personas consumidoras les ayudará a saber actuar ante un conflicto de consumo, algunos consideran que les ayudará a defenderse y una minoría cree que los ayudará a evitar los conflictos de consumo.

Existen muy pocas diferencias estadísticamente significativas entre chicos y chicas, y entre jóvenes de diferentes edades. Entre jóvenes de diferentes localidades no hay diferencias.

- El porcentaje de chicos que considera que conocer los derechos y los deberes es importante para defenderse de los conflictos de consumo es ligeramente superior al de chicas.
- A medida que se hacen mayores, aumenta el porcentaje de jóvenes que considera que conocer los derechos y los deberes es importante para evitar los conflictos de consumo o para saber actuar cuando tengan uno.

Por otro lado, la gran mayoría de jóvenes entienden la relevancia de conocer los derechos y los deberes desde un posicionamiento más bien individual; menos de un 10% de los jóvenes justifican la importancia de conocer los derechos y los deberes desde una dimensión colectiva del consumo.

Entre jóvenes de diferentes edades y localidades no se dan diferencias estadísticamente significativas, y entre chicos y chicas hay muy pocas:

- Entre chicos y chicas, sólo existen diferencias estadísticamente significativas con relación a las justificaciones colectivas. Los chicos utilizan más justificaciones colectivas que las chicas a la hora de justificar la importancia de conocer los conflictos de consumo.

disE studios



Young people and their knowledge of rights and responsibilities of consumers

Studies on consumer habits of young people in Catalonia

Catalonia School of Consumer Affairs
Catalan Consumer Agency

This study presents the results of a study which analyses the answers from young secondary education students looking at several issues related to the rights and duties of consumers. Both the collection and analysis of the data was performed in the structure of the Catalan Consumer School, in order to establish educational guidelines to channel consumer education activities.

The public Administration, as part of its duty to ensure the rights of consumers, has an extensive archive of data records. Whether in the form of records or specific studies, most of these records are focused on identifying the most frequent consumer problems or disputes and the most common methods of resolution employed. These studies come from consumer disputes and not from the perspective of the citizen which takes as a starting point the knowledge and responsibilities of consumers. In addition, most studies take the adult population as a sample, and few focus on young people.

In this framework, *Young people and their knowledge of rights and responsibilities of consumers* is intended to complement the already existing data on consumer disputes and to update the specific studies, providing knowledge which can be very useful in an educational context.

1. Context of the research

The research was carried out as part of the work of the Catalan Consumer School (ECC) of the Catalan Consumer Agency (ACC), an autonomous organisation of the Catalan Government attached to the Department of Economy and Finances (www.consum.cat).

The ACC is an autonomous body of the Catalan Government. Its basic roles are to guarantee the rights of consumers in terms of goods and products and users of services. Among the different goals of the ACC, it stresses the training and education of consumers. For this reason, the ECC was created in 2003.

The **EEC** is a free public service that seeks to facilitate and promote the presence of consumer education in schools in Catalonia. It supports the interaction between teaching, methodological innovation and research in terms of consumption, and is designed as Study Centre for Consumer Education.

The ECC was set up in order to promote the presence of consumer education in schools in Catalonia. Its basic aims are to:

1. build a permanent work space on consumer education in Catalonia.
2. facilitate access to consumer education for school-goers in Catalonia.
3. facilitate the inclusion of consumer education in the curricula of the different stages of the education system.

In order to achieve these objectives, the ECC has been designed as a Study Centre for Consumer Education, in which teaching, innovation and research take place simultaneously (see figure 2).

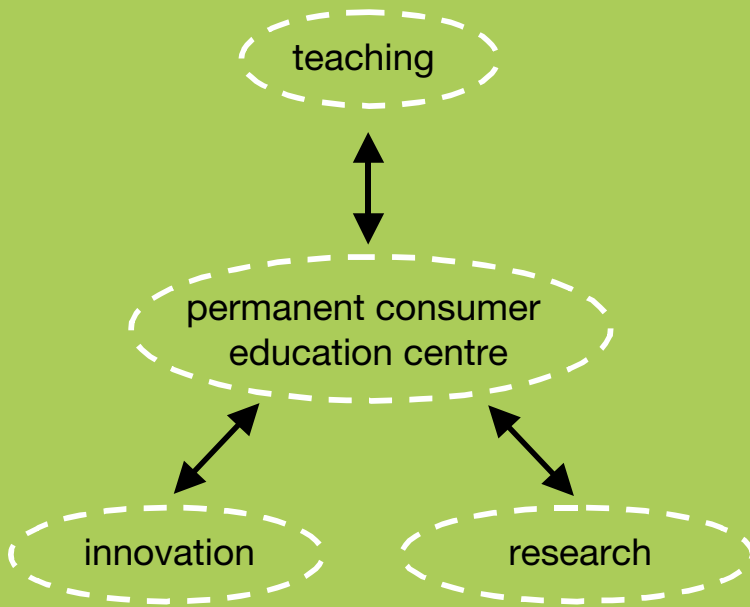


Figure 1: the Catalan Consumer School as a Study Centre for Consumer Education

Teaching is done on a daily basis in Catalonia using workshops. The workshops are aimed at students in primary and secondary education, in high schools, or in vocational training and special education courses. Seminars are also given for students and professionals involved in education, together with lectures on consumer education to parents' associations (AMPA) and activities in informal educational contexts while carrying out leisure activities.

Innovation is centred on the constant investigation into new methods of introducing consumer education into the school curriculum. The innovation employs the paradigm of complexity, socio-constructive models to explain the teaching-learning processes and the definition of goals in terms of skills as theoretical references points. Regarding the methodology, intensive work is carried out on the role of questions as a tool for learning, the incorporation of art into activities, and the meaning and functionality of workshops in the daily life of pupils and students.

The research aims to provide the institution with a theoretical baggage as an aid to promote the other fields involved. At present, two lines of parallel research are being carried out: academic research and descriptive research. The former looks at the theoretical and conceptual framework of the paradigm of complexity, involving an interdisciplinary dialogue as a method of dealing with the issue from different disciplines and consumer education models of secondary school teachers in Catalonia. In contrast, the latter descriptive research studies look at our knowledge of young people's consumer habits in Catalonia.

The confluence of these three points (teaching, research and innovation) has provided the ECC with the role of a Study Centre for Consumer Education, where research enriches the ongoing educational work through constant innovation. It therefore is an approach designed as a continual development which seeks to stimulate the presence of consumer education in the educational curricula of the different educational stages and fields.

With its support for a territorial balance, the ECC has two parallel and complementary areas of operation: a fixed **Central Office** located in the city of Barcelona and a **Territorial Office**, which moves around Catalonia. During the 2007-2008 academic year, the territorial office visited the counties Segrià, Pallars Sobirà, Anoia, Gironès, La Selva, Tarragonès, Ribera d'Ebre, Terra Alta and Montsià, which together define the territory where the information has been gathered.

2. Aim and objectives

2.1 Aim

This study seeks to ascertain some of the consumer habits of young people in Catalonia in order to have data which can be compared, which will thus permit:

- The design and reformulation of workshops on consumer education within the framework of the ECC.

- The design of some of the information and education policies on consumption of the ACC.

2.2 Objectives

This aim is structured around five specific objectives:

1. To determine the knowledge young people in Catalonia have on the rights and responsibilities of consumers.
2. To learn how young people in Catalonia exercise their rights and responsibilities and to determine what helps them to do so.
3. To determine the knowledge young people in Catalonia have about institutions related to the protection of consumers.
4. To determine how young people in Catalonia value the fact that they know their rights and responsibilities as consumers.
5. To learn how young people in Catalonia experience as citizens the concept of consumption.

2.3 Research questions

The research questions have been structured in function of their objectives.

2.3.1. Research questions related to objective 1

- 1.1- How many different rights and responsibilities do young people in Catalonia know?
- 1.2- Which rights do young people in Catalonia know best?
 - 1.2.a- Which rights portray differences between boys and girls?
 - 1.2.b- Which rights vary with the age of young people?
 - 1.2.c- Which rights vary in function of where young people live?
 - 1.2.d- Which rights vary in function of whether they related to the consumption of goods or the contracting of services?

1.3- Which responsibilities do young students in Catalonia know best?

1.3.a- Which responsibilities show statistically significant differences between boys and girls?

1.3.b- Which responsibilities vary with the age of young people?

1.3.c- Which responsibilities vary in function of where young people live?

1.3.d- Which responsibilities vary in function of whether they are related to the consumption of goods or contracting services?

1.4- Is there a relationship between the best known rights and responsibilities?

2.3.2. Research questions related to objective 2

2.1- How young people behave and how they justify their actions in specific disputes, in function of the price of the product or service, the characteristics of the shop, personal criteria or collective benefit?

2.1.a- In a dispute related to the purchase of an illegal CD copy in the street, how would young people behave and justify their action?

2.1.b- In a dispute related to the contracting of an internet connection service due to a very good offer, how would young people behave and justify their action?

2.1.c- In a dispute related to the purchase of a drink in a vending machine, how would young people behave and justify their action?

2.1.d- In a dispute related to the purchase of an MP3 player in a local shop, how would young people behave and justify their action?

2.1.e- In a dispute related to the purchase of a pair of trousers to go to a wedding, how would young people behave and justify their action?

2.1.f- In a dispute related to a delay in public transport, how would young people behave and justify their action?

2.1.g- How would they behave and justify their action in a dispute related to the toxicity of a toy they bought in a shop of questionable legality?

2.2- In general, how do young people behave when faced with a consumer dispute?

2.2.a- Which actions show differences between boys and girls?

2.2.b- Which actions vary in function of the age of young people?

2.2.c- Which actions show differences in function of where young people live?

2.3- In general, how do young people justify their action when faced with a consumer dispute?

2.3.a- Which justifications show differences between boys and girls?

2.3.b- Which justifications show differences in function of the age of young people?

2.3.c- Which justifications show differences in function of where young people live?

2.4- Is there any relationship between the type of actions and their justifications?

2.3.3. Research questions related to objective 3

3.1- Where would young secondary students in Catalonia go to resolve their consumer conflicts?

3.1.a- Which answers show differences between boys and girls?

3.1.b- Which answers show differences in function of the age of young people?

3.1.c- Which answers show differences in function of the locality young people

2.3.4. Research questions related to objectives 4 and 5

4.1- Do young secondary students in Catalonia consider that it is important to know the rights and responsibilities of consumers?

4.2- Do young secondary students in Catalonia justify the importance of knowing the rights and responsibilities referring to consumer conflicts?

4.2.a- Which justifications show differences between boys and girls?

4.2.b- Which justifications show differences between young people of different ages?

4.2.c- Which justifications show differences between young people from different localities?

4.3- Do young secondary students in Catalonia justify the importance of knowing the rights and responsibilities through individual or collective reasons?

4.3.a- Which justifications show differences between boys and girls?

4.3.b- Which justifications show differences between young people of different ages?

4.3.c- Which justifications show differences between young people from different localities?

3. Methodology of the research

The results presented come from research from a descriptive study which used a survey, with questionnaires employed as a tool. The study involved several variables, which enabled the characteristics of the population at a given time to be described beginning with the selection of a sample and establishing relationships between the *age*, *gender* and *locality* variables.

3.1. Sample

The sample was made up of all the secondary school students who attended the workshops in the central office and the territorial office of the ECC, from November 2007 to April 2008. In total, 2,176 students took part, distributed by gender, age and locality according to tables 1 and 2.

* **ESO: Secondary school**

3.2. Data collection

The data was collected using a form which was filled in by students during a training session at the ECC (see figure 2). These forms asked open and closed questions relating to the four main areas of the study.

The design of this form for data collection was based on a pilot test: an initial version of the form (which was more open) used to establish categories of answers. These have helped in the end to design a final model form, with more closed questions, and to expedite the process of data analysis.

Table 1: Distribution of the sample by to gender, age and year

Sample by gender			Sample by age			Sample by year		
Gender	Amount	% respect to the total	Age	Amount	% respect to the total	Year	Amount	% respect to the total
Girls	1072	49.26	12 years old or younger	304	13.97	1r ESO*	525	24.13
Boys	965	47.37	13 years old	516	23.71	2n ESO*	599	27.53
Not specified	139	6.39	14 years old	663	30.47	3r ESO*	670	30.79
Total	2176	100.00	15 years old	385	17.69	4t ESO*	382	17.56
			16 years old or older	181	8.32	Total	2176	100.00
			Not specified	127	5.84			
			Total	2176	100.00			

Table 2: Distribution of the sample by locality

Categories	Countries	Frequency	Frequency by categories	Percentage
Countries with more than 1,000,000 inhabitants	Barcelonès	1122	1122	51.56%
	Tarragonès	85		
	Gironès	484		
Countries with between 100,000 – 1,000,000 inhabitants	La Selva	163	778	35.75%
	Anoia	46		
	Montsià	55		
Countries with less than 100,000 inhabitants	Ribera d'Ebre	125	276	12.68%
	Terra Alta	26		
	Pallars Jussà	70		

Figure 2 (WRONG IN THE ORIGINAL): Form used for the data collection.

3.3. Categorizing data


1 Quan consumeu serveis.

Qui podien elegir?
(DRETS)

Qui ens podien exigir al resultat?
(DEURES)

2 Qui teniu si...?


En consumeu alguna que et costi comprar que tingui un garantiment, ja sigui oficial o de la marca?



Ho heu fet?

No
 Sí, amb garantia del fabricant
 Sí, amb els meus drets
 Ja en estic assegurat perquè ja he estat a l'assessorat
 Altres: _____

Heu quedat amb una cosa i no podeu tornar-la perquè no teniu cap garantia, ja sigui oficial o de la marca?



Ho heu fet?

No
 Sí, però el dret el tinc a l'assessorat
 Sí, però a la febre de l'assessorat
 Sí, però portant-me al taller perquè m'ho ha dit el propietari
 Altres: _____

3 Quines institucions coneixeu?

Fes un llistat de les institucions o locals on aniries per a que t'ajudessin a resoldre un conflicte de consum:

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____

4 Creieu que és important combinar els drets i deures dels consumidors? Per què?

Nom/Nota Edició Curs.

Figure 2: Form used to gather data

The data analyzed in this Block was obtained from the second question of the general form (see Figure 7). From the description of a consumer dispute, two sub-questions were posed to the students: the first was an open question and referred to the action; and the second was closed and was related to the justification of the action. There were 7 different disputes, of which, two were randomly presented in each form.








<p>El CD que has comprat al topmanta no està ben gravat.</p>  <p>I tu, què faries?</p> <hr/> <hr/> <p>Perquè...</p> <p><input type="checkbox"/> El CD és molt barat</p> <p><input type="checkbox"/> No és una botiga legal</p> <p><input type="checkbox"/> Em feia molta il·lusió tenir aquell CD</p> <p><input type="checkbox"/> Altres _____</p> <p>La màquina de l'Institut mai funciona bé, s'ha quedat 1€ i no t'ha donat el refresc.</p>  <p>I tu, què faries?</p> <hr/> <hr/>	<p>Vas contractar Internet a l'empresa net.com perquè tenia una oferta molt bona. I ara, has començat a notar que Internet va molt més lent del que hauria.</p>  <p>I tu, què faries?</p> <hr/> <hr/> <p>Perquè...</p> <p><input type="checkbox"/> Internet és molt car i he d'anar bé</p> <p><input type="checkbox"/> Net.com no té cap botiga on pugui anar</p> <p><input type="checkbox"/> Perquè necessito que Internet vagi bé</p> <p><input type="checkbox"/> Perquè no vull que li passi això a ningú més</p> <p><input type="checkbox"/> Altres _____</p> <p>El mp3 nou que et feia tanta il·lusió i que vas comprar a la botiga del costat de casa, ha deixat de funcionar sense cap motiu.</p>  <p>I tu, què faries?</p> <hr/> <hr/>
<p>Els pantalons supercars que et van comprar per anar a un casament, se li ha descomissat tota butraca.</p>  <p>I tu, què faries?</p> <hr/> <hr/> <p>Perquè...</p> <p><input type="checkbox"/> Els pantalons són molt cars</p> <p><input type="checkbox"/> No em fan gens d'il·lusió</p> <p><input type="checkbox"/> Ja no els necessito perquè ja he anat al casament.</p> <p><input type="checkbox"/> Altres _____</p> <p>La joguina que has comprat pel teu cosí petet al bazar de legallat duocosa per 3€ porta pintura tòxica.</p>  <p>I tu, què faries?</p> <hr/> <hr/> <p>Perquè...</p> <p><input type="checkbox"/> La joguina és molt barata</p> <p><input type="checkbox"/> Crec que aquesta botiga no és legal</p> <p><input type="checkbox"/> Em feia il·lusió regalar-ho al meu cosí</p> <p><input type="checkbox"/> Podria ser perillós pels altres nens</p> <p><input type="checkbox"/> Altres _____</p>	<p>Has quedat amb uns amics i has arribat més d'una hora tard perquè el tren ha arribat amb molt de retard.</p>  <p>I tu, què faries?</p> <hr/> <hr/> <p>Perquè...</p> <p><input type="checkbox"/> El preu del bitllet és molt barat</p> <p><input type="checkbox"/> Puc anar a la taquilla de l'estació fàcilment</p> <p><input type="checkbox"/> És molt important per mi arribar puntual</p> <p><input type="checkbox"/> Afecta a molta gent</p> <p><input type="checkbox"/> Altres _____</p>

Figure 7: Question 2 on the form. Of the seven models of the question, each student responded two, distributed at random.

Conflictive situations (disputes) were defined based on the literature consulted (especially the annual reports from the Public Administrations which work in consumption), which allowed them to be contextualized to the reality of young people. From here, each situation was defined based on four variables:

- the price of the product or service,
- the type of shop where they made the purchase or contracting (local shop, automat outlet or illegal shop),
- some personal considerations of the consumer towards the product or service (if it's needed or not, whether would really like it),
- and the collective nature of the consumption (if the dispute could affect other consumers or not)

Each dispute combines the different variables, as can be seen in Table 6:

Table 6: Description of consumer situations used in the questionnaires based on the different variables.

	Collective nature	In relation to the product		In relation to the shop			In relation to the person		
		High price	Low price	Local shop	Automat outlet	Illegal shop	You need it	You'd like to have it	You don't need / don't want it.
The pirate CD you bought from the street seller was not well recorded.			x			x		x	
The vending machine at high school never works well: it took your €1 and did not give the drink.	x		x		x				x
The new mp3 player you were so excited about and that you bought in the shop next door has stopped working for no reason.		x		x				x	
The pockets of the very expensive trousers you bought to go to a wedding have become unstitched.		x							x
You were meeting some friends and you arrived more than an hour late because the train arrived very late.	x	x		x			x		
You contracted the Internet service with the company <i>net.com</i> because they had a very good offer, and now you have begun to notice that the Internet is slower than it should be.		x			x		x		
The toy you bought for your cousin in the legally dodgy <i>bazaar</i> for € 3 is painted with toxic paint.	x		x			x			x

3.3. Categorization of the data

The answers from young people were grouped into categories so as to have more operational data. Categories were defined inductively, based on the previous categories which were modified in function of the answers given by young people. These previous categories were defined according to the objectives of the study, based on different sources:

- The **legal** framework on rights and responsibilities of consumers, the processes of dispute resolution and the institutions/organizations with competences in the protection of consumer rights.
- The **research on literature** related to the topic of the study, which has helped to give a prior vision of aspects such as: the most frequent types of consumer disputes, the most problematic economic sectors for consumers, and the most common methods of resolution used.
- The **pilot test** carried out with the students, using a form for the data collection with open questions, gave us a panoramic view of the topic of the study which was contextualized to the reality of young people.

3.3.1 Categorization of the data on the first objective

The results from the first objective of the research (*To determine the knowledge young people in Catalonia have on the rights and responsibilities of consumers*) were presented grouped into categories, according to Tables 4 and 5. The categories were determined by looking at the legal regulations concerning the rights of consumers, the literature in the field and the responses of students during the pilot test.

Consumer rights in Catalonia are specifically regulated by the Statute of Autonomy of 2006, Royal Decree 1/2007, Law 3/1993 and the Consumer Code (pending approval by the Catalan Parliament). Some consumer rights refer to general citizen's rights and, therefore, are also regulated

by other non-consumer specific laws and codes. This is the case, for example, of the *language right*, also regulated by Law 1/1998.

The categorization regarding rights was made based on the combination of the legal basis, whether this was consumer-specific or non-consumer specific, and on the responses from students in the pilot test. For this reason, the categories, although intended to reflect the whole legal content, are not written or grouped faithfully in accordance with the laws, but rather, are presented according to the views of young people (see Table 4).

Table 4: Categorization regarding consumer rights	
CATEGORIES	SUBCATEGORIES
Safety	
Protection of economic interests	Guarantees - Consent
	Guarantees - Repair
	Related documents
	Legal, administrative and technical protection
Information	
Quality of life and environment	
Representation, participation and consultation	
Education	
Language	
Provision	
Non-regulated rights	Cheap price and bargains
	Fair price
	Diversity
	Good assistance
	Others

Description of the categories regarding consumer rights:

- **Safety:** The right to health and safety protection of consumers against dangerous products and services. This includes answers such as: *it should be safe, it should not be toxic, it should meet the regulations...*

- **Protection of economic interests** of consumers against abusive, negligent and fraudulent behaviours on the part of businesses. This is divided into different subcategories:
 - **Consent:** The right to enjoy at least the quality and provisions included in the contract, estimate or any other document binding the entrepreneur. This is a specification of the right to guarantee.

This includes answers such as: *it should be in good condition, it should not be damaged, it should be what it promised to be, the trains should be on time, the bread should be made on the same day...*
 - **Redress:** The right to redress for the products or services which don't work properly. This is a specification of the right to guarantee.

This includes answers such as: *if it does not work they will fix it, I want them to change it for me,*
 - **Related documents:** The right to receive the related documents related to the purchase or contracting (bill, invoice, contract, etc.)

This includes answers such as: *the bill, the contract,*
 - **Legal, administrative and technical protection:** The right to receive legal, administrative and technical protection in the case of a consumer dispute.

This includes answers such as: *I can complain to the shop, they have a complaint log...*
- **Information:** The right to accurate, sufficient and understandable information and publicity on the rights and responsibilities of consumers and on the characteristics and prices of products and services.

This includes answers such as: *they should inform us properly about the product, they should show the price, they should show the expiry date...*

- **Quality of life and environment:** The right to the protection of the quality of life and the environment.

This includes answers such as: *it should not contaminate...*

- **Representation, participation and consultation:** The right to create associations to defend the rights of consumers, and the right to representation before the competent authorities or different organizations with competences affecting directly or indirectly consumers and users.

This includes answers such as: *they should create a consumer association...*

- **Education:** The right to receive education on consumer matters.

This includes answers such as: *education, go to the consumer school...*

- **Language:** The right to be attended orally and in writing in an official language.

This includes answers such as: *they speak to me in Catalan, they should speak Catalan...*

- **Provision:** The right not to be denied the provision of a service or the purchase of goods without justification.

This includes answers such as: *to be able to consume without any problems, to choose what we want*

- **Non-regulated rights:** Concepts which young people consider rights, but which are not legally regulated. The following categories are included:

- **Cheap price or bargains:** The right to be offered products or services at an affordable price for consumers, or for shops to consider offering to bring prices down.

This includes answers such as: *it is cheap, it is economic, they lower the prices, it isn't very expensive...*

- **Fair price:** The right to be offered products and services at a reasonable price based on their quality.

This includes answers such as: *a right price, reasonable price, the quality-price relation is good ...*

- **Diversity:** The right to a diverse offer of products and services, which allows consumers to choose according to their own ideas.

This includes answers such as: *to be able to choose, to choose what we want, ...*

- **Good assistance:** The right to be treated well.

This includes answers such as: *respect, I want to be treated well, receive good treatment, ...*

- **Others:** This category includes all those non-regulated rights which have been mentioned by young people at a very low frequency (lower than 1.1%) and that, therefore, cannot form a subcategory on their own. Some examples are: the right to change the product if you don't like it, the right for products to have a specific source, the right to responsibility on the part of the consumer, etc.

The responsibilities of consumers are not recognized by any law. For this reason, the categorization was carried out based on the responses of young people in the pilot test and the book *Educación y consumo. La formación del consumidor en la escuela* (Education and Consumption. Consumer Training at School.- Pujol, 1996), in which the author made a

proposal on the responsibilities of consumers. Table 5 shows the resulting categories.

Table 5: Categories referring to the responsibilities of consumers

Good use
Interpretation
Conservation
Responsibility
Complaining and claiming
Behaviour
Payment
Association
Others

Description of the categories on the responsibilities of consumers:

- **Good use:** The responsibility to use the goods and services properly according to their characteristics, taking into account the warnings and instructions of use.

This includes answers such as: *making good use of the product, responsibility for the product, taking care of your purchases, ...*

- **Interpretation:** The responsibility to ask for, read critically and take into account the information which appears in the publicity or related documents related to the purchase or contracting (contracts, budgets, purchase conditions, publicity, etc.).

This includes answers such as: *reading things properly, reading the small print, ...*

- **Conservation:** The responsibility to keep the related documents associated with the purchase or contracting, whether this is publicity or offers, such as contracts, receipts, etc.

This includes answers such as: *keeping invoices and guarantees, ...*

- **Responsibility:** The duty to take responsibility for your own consumer acts, and to assume the consequences. This includes different aspects such as: budget management, promotion of local commerce, purchasing criteria related to sustainability and social equity, purchasing products and services appropriate for the consumer profile and which are not a risk for their health and safety.

This includes answers such as: *moderating purchases, consuming responsibly, looking at the product origin, ...*

- **Complaining and claiming:** The responsibility to act when faced with consumer disputes, by requesting administrative assistance to resolve disputes using the correct procedure and participating in the resolution process.

This includes answers such as: *not waiting too long to complain, complaining if you did not break it,...*

- **Behaviour:** The responsibility to behave properly and politely, following the rules governing the shop or the service, and express themselves properly and politely so as to be understood in any of the two official languages.

This includes answers such as: *being polite, good behaviour, not damaging the facilities, ...*

- **Payment:** The responsibility to pay for the goods purchased or services contracted under the conditions previously established.

This includes answers such as: *paying, not leaving without paying, paying for the services provided, ...*

- **Association:** The responsibility to join organisations to defend the rights of consumers.

- **Others:** This category includes all those responsibilities which have been mentioned by young people at a very low frequency

(lower than 1.1%) and that, therefore, cannot form a subcategory of their own. These include some responsibilities which are not specifically related to consumers, but are of a civic nature (such as the responsibility to not discriminate against people, to not cheat, etc) and other aspects mentioned by young people, but which have a questionable validity (such as the responsibility to not throw the packaging away, the responsibility to test things out before buying them, the responsibility to purchase things in a legally regulated shop, the responsibility to be satisfied with the purchase or contract, etc).

3.3.2 Categorization of the data on the second objective

The results from the second objective of the research (*To learn how young people in Catalonia exercise their rights and responsibilities and to determine what helps them to do so*) have been classified according to Tables 7 and 8. The categories came from the data obtained during the pilot test.

Table 7: Categories concerning actions when faced with consumer disputes

Following the legal complaint procedure	Dialoguing
	Asking for a complaint/claims form
	Asking the shop to repair the product/service
	Asking the shop to exchange the product/service for you
	Asking the shop to return the money to you
	Complaining/Claiming
Getting information to resolve the dispute	Asking the Public Administration for help
	Asking your parents for help
Putting up with the problem	No going back to the shop
	Buying another product / contract another service
	Doing nothing
	Throwing the product away
Following an alternative complaint procedure	Going to the police
Following a non-recommended procedure	Behaving inappropriately
Others	

Description of the categories concerning actions when faced with a consumer dispute:

- **Following the legal complaint procedure:** all those responses referring to the administrative procedure for resolving disputes. In particular, they can relate to:

- **Complaining/Claiming:** responses regarding the claim in general, without specifying what they would demand or what the procedure would be to do so. The responses specifying what they would claim are usually included in other subcategories: for example, the answer *I would demand my money back* would be included in the category “asking for money back”. The responses specifying what procedure they would employ in order to claim can also be included in other categories: for example, *I would ask for a complaint form to make the claim* would be classified within the category “asking for a complaint form”.

This subcategory includes responses such as: *complaining/claiming, I would make a complaint ...*

- **Asking for money back:** asking the shop to return you the money you paid for the goods or the service you contracted.

This includes answers such as: *they should give me my money back; asking for the money; I would demand that they returned the money to me; ...*

- **Asking them to exchange the product / service:** asking the shop to exchange the product or service for a new one.

This includes answers such as: *asking for a new MP3 player; they should exchange it; ...*

- **Asking them to repair the product / service:** asking the shop repair the product you bought so it works properly.

This includes answers such as: *they should fix the machine;*

I would ask them to fix the MP3 player, ...

- **Asking for a complaint/report form:** formalizing a complaint, claim or report using a complaint/report form. Responses referring to the “complaints book” were also included because, although in most places they have been replaced by forms, the students might not know this.

This includes answers such as: *I would ask for a complaint form; I would write in the complaints book; I would ask for a complaint form...*

- **Dialoguing:** talking with the shop manager to reach an agreement. This was included in the category “following the legal complaint procedure” because it is the first step recommended by the Public Administration to resolve consumer disputes. Those responses referring only to talking were included, without specifying either the return of the money, or the exchange or repair of the product, since these would be included in other categories.

This includes answers such as: *I would ask the company what happened; I would look up their telephone number and would tell them it didn't work well [the drink vending machine]; I would ask for an explanation; I would talk to the shop assistant...*

- **Getting information to resolve the dispute:** all those responses related to the request for information on rights and responsibilities. The following categories were included:

- **Asking parents for help:** consulting the opinion of parents or asking them to help to solve the problem.

This includes answers such as: *I would tell my parents; I would ask my mother, I would phone my parents,...*

- **Asking the Public Administration for help:** going to any Public Administration to request information.

This includes answers such as: *call 012, going to the city council,...*

- **Putting up with the problem:** accepting that there was a problem, but choosing to accept it. The following categories were included:
 - **Doing nothing:** specifying that the action to be carried out will be passive or specifying actions which have nothing to do with the resolution of the dispute.

This includes answers such as: *do nothing, leaving, not listening to it* (in the case of a dispute with a pirate CD), *arriving later* (in the case of a dispute with a train),...
 - **Buying another one:** purchasing another product or contracting another similar service, but one that works, paying the normal sale price; or fixing the product on your own.

This includes answers such as: *buying another one, looking for another company* (in the case of a dispute with an Internet service company), *sewing the trousers, taking it to a dress shop*,...
 - **Not going back to the shop:** specifying that they will never purchase anything else in the shop where the dispute took place.

This includes answers such as: *not shopping there anymore, not going back there anymore, changing shop, dropping the service* (in the case of a dispute with an Internet service company),...
 - **Throwing it away:** throwing the product which caused the dispute.

This includes answers such as: *throwing it away, getting rid of it, ...*
- **Following an alternative complaint procedure:** resolving the dispute using an alternative to the administrative process. The

following categories were included:

- **Police:** going to the police to denounce the dispute.

This includes answers such as: *going to the police, making a complaint to the regional police, going to court...*

- **Following a non-recommended procedure:** following an unadvisable procedure to resolve a dispute. The following subcategories were included:

- **Behaving inappropriately:** behaving disrespectfully towards others or towards facilities, for example, per example, being violent, damaging infrastructures, etc.

This includes answers such as: *kicking up a fuss in the shop, kicking the machine, causing bother, hitting the shop assistant, etc.*

- **Others:** carrying out other actions which are not considered in any previous category, and which are not significant enough to create a new category.

This includes answers such as: *not buying it, writing a letter to the newspaper, warning other people, ...*

Table 8: Categories of justifications relating to actions when faced with consumer disputes

CATEGORIES	SUBCATEGORIES
Product	Expensive
	Cheap
Shop	Local
	Automat
	Illegal
Person	He/she needs it.
	He/she would like it.
	He/she doesn't need it.
	He/she wouldn't like it.
Collective nature	Other consumers
Others	

Description of the categories referring to the justifications when faced with a consumer dispute:

- **Product:** justifications regarding the product or service. This includes the following subcategories:

- o **Expensive:** the price of the product bought or the service contracted is considered expensive.

This includes answers such as: *Internet is very expensive and should work well, an mp3 player is very expensive...*

- o **Cheap:** the price the product bought or the service contracted is considered cheap.

This includes answers such as: *the CD is very cheap; the price of the can is very cheap...*

- **Shop:** justifications regarding the shop where the act of consumption took place. This includes the following subcategories:

- o **Local:** shops located in a young person's nearby surroundings (for example, their neighbourhood) and which generally offer personalized attention.

This includes answers such as: *the shop is near home, I can go to the station's ticket office easily,...*

- o **Automat:** establishments where no one attends consumers personally, such a drink vending machine.

This includes answers such as: *there is no shop I can go to; there is no one to attend to you personally,...*

- o **Illegal:** shops which do not meet the necessary legal requirements.

This includes answers such as: *it's not a legal shop...*

- **Person:** justifications referring to the person who performs the act of consumption. This includes the following subcategories:
 - **He/she needs it:** the product bought or the service contracted is considered necessary.

This includes answers such as: *I need the Internet to work well,...*
 - **He/she doesn't need it:** the product bought or the service contracted is not considered necessary.

This includes answers such as: *I don't need them any longer,...*
 - **He/she would like to have it:** the desire associated with the purchase of a product or contracting a service is considered an important criterion when taking decisions.

This includes answers such as: *I really wanted to have that CD*
 - **He/she didn't want it:** the fact that the purchase of a product or contracting a service wasn't something he/she really wanted is considered an important criterion when taking decisions.

This includes answers such as: *I don't really want it.*

- **Collective nature:** those justifications which take into account that consumption is a public act and that the decisions of a consumer can affect other people. This includes one subcategory:
 - **Other people:** considering the fact that the benefit or harm which your own acts could have on other people is considered an important criterion when taking decisions.

This includes answers such as: *it might be harmful to others; so that it does not happen to anyone again,....*

3.3.4 Categorization of the data on the second objective

The categories which group together the results related with the third objective of the research (*To determine the knowledge young people in Catalonia have about institutions related to the protection of consumers.*) are presented in Table 9. These were defined based on the administrative organizations with competences in terms of consumption in Catalonia and the responses of young people.

Table 9: Categorization related to consumer rights

CATEGORIES	SUBCATEGORIES
Municipal Government	City Council
	OMIC (Municipal Consumer Information Offices)
County Government	County Council
	OCIC (County Consumer Information Offices)
Regional Government	Generalitat de Catalunya (Government of Catalonia)
	ACC (Catalan Consumer Agency)
	012
State Government	Spanish Government
	INC (National Consumer Institute)
European Government	
Judicial Administration	Court
	Lawyer
	Police
Consumer Associations	
Business outlet	
Close people	Family
	Friends
	Teachers
Non-specific places	
Others	

Description of the categories concerning institutions, organizations or persons related to the protection of consumer rights:

- **Municipal Government:** Public Administration competent at municipal level. This includes any of the two following subcategories:
 - ⇒ **City Council:** Municipal Government in general, without specifying any office or department.
 - ⇒ **Municipal Consumer Information Offices (OMIC):** This includes answers referring specifically to the OMIC and those referring to the municipal public offices with competences in terms of consumption without saying its name.

- **County Government:** Administration competent at county level, including any of these two subcategories:
 - ⇒ **County Council:** County Government in general, without specifying any office or department.
 - ⇒ **County Consumer Information Offices (OCIC):** This includes answers referring specifically to the OCIC and those referring to the county public offices with competences in terms of consumption without saying its name.

- **Regional Government:** Public Administration competent at regional level, including any of these three subcategories:
 - ⇒ **Generalitat de Catalunya (Catalan Government):** Catalan Government in general, without specifying any office or department.
 - ⇒ **Catalan Consumer Agency (ACC):** This includes answers referring specifically to the ACC and those referring to the regional public offices with competences in terms of consumption without saying its name.

- ⇒ **012:** This includes answers referring specifically to the telephone number 012, as well as answers referring to the regional public line responsible for general citizen's advice.
- **State Government:** Public Administration competent at state level, including any of these two subcategories:
 - ⇒ **Spanish Government:** Spanish Government in general, without specifying any office or department.
 - ⇒ **National Consumer Institute (INC):** This includes answers referring specifically to the INC, as well as answers referring to the state public offices with competences in terms of consumption without saying its name.
- **European Government:** Public Administration competent at European level, without specifying any office or department.
- **Judicial Administration:** Answers related to the judicial process, including any of these three categories:
 - ⇒ **Court:** This includes answers referring to the place where trials are conducted.
 - ⇒ **Lawyer:** This includes answers referring to the person whose role is to advise on legal issues or to intervene before the judge in a trial.
 - ⇒ **Police:** This includes answers specifying the public body which watches over the maintenance of public order and security.
- **Business:** Talking with the managers of the business or address the consumer service of the business where the purchase or contracting was made.
- **Consumer association:** Private organizations which seek to defend the interests of consumers.

- **Close people:** People from the social environment of the students. This distinguishes between three subcategories:
 - ⇒ **Family:** Any person from the family environment of young people.
 - ⇒ **Friends:** Any of their friends.
 - ⇒ **Teachers:** Any teacher of the students at the Secondary Education Institute.
- **Non-specific place:** Not very specific references to information points, without specifying the area in question.
- **Others:** Other answers which do not refer to any of the previous categories and which have been mentioned by young people at a frequency which is too low to form a subcategory of their own. These include, for example, fire-fighters, the Internet, the doctor, trade unions, the 11888 information line, etc.

3.3.4 Categorization of the data on the fourth and fifth objectives

The data obtained from the answers related to objective 4 (*To determine how young people in Catalonia value the fact that they know their rights and responsibilities as consumers*) and objective 5 (*To learn how young people in Catalonia experience as citizens the concept of consumption.*) was grouped into three categories in function of the objectives of the research:

- The first categorization referred to the importance or not of knowing the rights and responsibilities (see Table 10)

Table 10: Categorization of data referring to the importance of knowing the rights and responsibilities

CATEGORIES
Yes
No

- The second and third categorization referred to the justification of the answer. In the second, the answers were grouped according to whether they were related or not to consumer disputes (see Table 11), and in the third with respect to the collective nature of consumption (see Table 12).

Table 11: Categorization of data referring to consumer disputes

CATEGORIES	SUBCATEGORIES
They refer to consumer disputes	To avoid them
	To know how to act
	To defend themselves
They do not refer to consumer disputes	

Table 12: Categorization of data referring to the collective nature of consumption

CATEGORIES
Individual justification
Collective justification
Uncertain

Description of the categories regarding consumer disputes:

- **Justifications referring to consumer disputes:** Arguments based on disputes, either:
 - ⇒ **To avoid them:** These refer to the action prior to the dispute, assuming that the consumer can bring about or avoid consumer disputes.
 - ⇒ **To know how to act:** They refer to the action after the dispute. This includes those answers which justify the knowledge of their rights and responsibilities because it gives them tools to deal with the consumer dispute.

⇒ **To defend themselves:** They refer to the action after the dispute, assuming the consumer is the victim.

- **Justifications not referring to consumer disputes:** Other general arguments related to the functioning of consumptions acts, but not related to the disputes.

Description of the categories regarding the collective nature of consumption:

- **Individual justifications:** Any argument which refers to consumers as individuals.
- **Collective justifications:** Arguments which take into account the social nature of consumption acts and refer to other consumers or citizens.
- **Undetermined justifications:** Justifications whose arguments do not specify whether they are individual or group-based.

Although within each type of categorization the categories are exclusive, the three types of categorizations are not mutually exclusive. In this way, the same answer refers to a category of each type. Table 13 shows some examples.

Table 13: Examples of answer categorization

Answer	Category regarding the importance of knowing rights and responsibilities	Category regarding consumer disputes	Category on collective nature
<i>Yes, because we are all consumers.</i>	Yes	Does not refers to disputes	Collective justification
<i>It's important so that consumers can defend themselves</i>	Yes	Refers to disputes. To defend themselves	Collective justification
<i>Yes, so I don't get ripped off</i>	Yes	Refers to disputes. To avoid them	Individual justification
<i>Yes, so as to know what to do when faced with a dispute</i>	Yes	Refers to disputes. To know how to act	Individual justification
<i>Yes, because it's useful</i> <i>It's important to consume better</i>	Yes	Does not refers to disputes	Undetermined
<i>Yes, when there are problems</i>	Yes	Refers to disputes. To know how to act	Undetermined
<i>It's not useful</i>	No	-	Undetermined

3.4. Statistical analysis of the data

The statistical analysis of the data was carried out by the Statistics Service of the Autonomous University of Barcelona. Reading, handling, validation and statistical analysis of the data bases was performed using the software package SAS v9.1, SAS Institute Inc., Cary, NC, USA.

Statistical decisions were made taking the value 0.05 as the significant value.

The descriptive analysis resulted in frequency tables for all the variables stored in function of the main explicative variable.

Bivariate analyses were carried out using the explicative variables gender, age, locality and type of questionnaire (goods or services) as independent variables. The appropriate homogeneity test for discrete distributions (Chi-Square Test, Fisher's Exact Test or Likelihood Ratio) was used in function of the fulfilment of the application criteria.

The associations between rights and responsibilities and the associations between actions and justifications were analyzed using the kappa coefficient. This index can be interpreted as follows:

Table 3: Value of associations among variables based on the kappa coefficient	
k value	Association
< 0.20	Poor
0.21 – 0.40	Weak
0.41 – 0.60	Moderate
0.61 – 0.80	Good
0.81 – 1.00	Very good

5. Conclusions of the research

5.1. Conclusions regarding the first objective of the research

ESO (Obligatory Secondary Education) students in Catalonia have an average knowledge as to their rights and responsibilities as consumers. Although almost all young people know at least one right or responsibility, most of them know only one or two. Moreover, the diversity of rights and responsibilities known is very low: most young people refer to the same three or four rights and responsibilities, with the rest being rather unknown.

On another point, there exist several associations between the rights and responsibilities which could indicate that young people are aware of their responsibilities before claiming the fulfilment of their rights. Despite this, however, it seems that in general young people have a slightly higher knowledge of their rights than their responsibilities, as there are more young people who do not know any responsibility than young people who do not know any right.

In general, the knowledge of the rights and responsibilities varies very little between boys and girls, but does show differences in function of their age or the locality where they live. It also presents differences according to whether it relates to the purchase of goods or to contracting services.

Conclusions regarding the knowledge of consumer rights

Young people considered three main rights, two of which are related with the quality of products (the right to compliance and the right to redress) and one to non-legislated rights (the right to a good service). The right to legal protection, to provision, to quality of life and environment, to language, to education and to representation, consultation and participation were mentioned in only negligible percentages.

In general, there are not many significant differences in the knowledge of rights between boys and girls, between young people of different ages or between young people living in different counties.

- Non-legislated rights tend to be more common among girls than among boys; while the right to redress is less so.
- The knowledge of rights show some statistically significant differences regarding the age of young people: in general, as they get older, young people refer more to rights such as to compliance, documentation and legal protection; and less to the right to redress.
- Young people from counties with more than 1,000,000 inhabitants tend to refer more to the right to redress or non-legislated rights; young people from counties with between 100,001 – 1,000,000

inhabitants are who refer more to the right to compliance; and young people from counties with less than 100,000 inhabitant are the only ones who have mentioned the right to a language or to education.

The right to redress is the only one which varies in function of whether young people refer to the purchase of products or to contracting services. This right is related more to the contracting of services than to the purchase of goods.

Conclusions regarding the knowledge of consumer responsibilities

Young people considered four main responsibilities: the responsibility to pay, the responsibility to complain and claim against, the responsibility to behave properly and to make proper use of the product or service.

In general, there are no significant differences in the knowledge of responsibilities between boys and girls, but some between young people of different ages, or between young people who live in different counties.

- The responsibility to pay and to keep related documents show statistically significant differences in function of the age of young people. Young people aged between 13-15 are those who refer most to the payment, while young people aged between 15-16 are the ones who refer most to keeping the related documents.
- Young people from counties with more than 1,000,000 inhabitants are those who tend to refer most to the good use of the product or services, or to the responsibility to understand correctly the information received. In contrast, young people from counties with between 100,001-1,000,000 inhabitants are those who refer most to the payment, and least to keeping the related documents.

The responsibility to behave properly or to complain and make claims is more related to the consumption of services than to the purchase of products.

Conclusions regarding the associations between rights and responsibilities

There are few statistically significant associations between the rights and responsibilities mentioned, but among the most significant ones is the fact that young people mention rights and responsibilities which tend to be related. Here, it seems that they are aware that they can claim their rights as consumers as long as they have fulfilled their responsibilities. This happens particularly with the right to redress and the right to compliance: the students consider that they have the right to redress if the product/service does not work properly as long as they have fulfilled their responsibility to make a good use of it. Similarly, they consider that they have the right for the product/service to have the quality which was advertised (right to compliance), but they also have the responsibility to have paid for it and to complain (if necessary) following the right procedure.

Moving on, other statistically significant associations are: the students who mention the right to compliance tend to mention the responsibility to behave properly; the students who mention the right to quality of life and environment tend to refer to other responsibilities which do not belong to any specific category; and students who mention non-legislated rights tend to mention the responsibility to complain properly.

5.2. Conclusions regarding the second objective of the research

When faced with consumer disputes, young people are usually active and willing to act in order to exercise their rights and responsibilities as consumers. Their actions are motivated not only by individual reasons (such as the economic investment the product/service represents or how much they wanted to have it, etc), but also by a high level of citizen awareness, taking into account the effects their actions have on other consumers.

The behaviour of young people when faced with consumer disputes is closely related to each specific situation. Aspects related to the product, to the personal nature associated with the purchase, with the shop or with other consumers seem to play an important role in favouring one type of action or another.

Despite everything, and in general terms, the behaviour of young people tends more to follow alternative procedure for resolving disputes (such as going to the police) rather than using the specific mechanisms which the Administration with competences in terms of consumption puts at their disposal (such as asking for a complaint-claims form or using consumer information services).

Conclusions regarding the behaviour and justifications of young people when faced with consumer disputes

The behaviour of young people when faced with consumer disputes depends on the context. When faced with specific situations, young people would behave and justify their behaviour as follows:

- *The pirate CD you bought from the street seller is not well recorded.* Most young people recognise that this is a dispute with an illegal shop, and, with lower percentages, they say that it is a cheap product and that it was something “they really wanted have”. According to these justifications, the majority of young people would opt for two opposite actions: they would ask them to exchange the product, or, in a similar percentage, they would opt to do nothing and put up with the problem.
- *You contracted Internet with for example net.com because they had a very good offer and now you have begun to notice that the Internet is slower than it should be.* In general, most young people consider that this is a necessary service with a high price, so they would opt to follow up the legal complaint procedure.
- *The vending machine at high school never works well. It has eaten 1 euro and not given you the refreshment.* The majority of young people recognise that this dispute could affect other consumers, and, in a lower percentage, that it is related to an automat outlet. According to these justifications, young people tend to follow the legal complaint procedure dialoguing with the shop. In lower proportions, they would behave inappropriately.

- *The new mp3 player you wanted so much and which you bought in the shop next door has stopped working for no reason.* Most young people say that the product represents an important economic investment and that, it was also something they really wanted. According to these justifications, young people would follow the legal complaint procedure and would tend to ask the shop to change the product.
- *The pockets of the very expensive trousers you bought to go to a wedding have come unstitched.* Most young people say that the product represents an important economic investment. According to this justification, they would ask the shop to change the product or, in a lower proportion, would opt to buy new trousers.
- *You were meeting some friends and you arrived more than an hour late because the train arrived very late.* The majority of young people recognize that this type of consumer dispute can affect many people, and that it is a necessary service which they like. According to this type of justification, most young people would not do anything or would discuss the matter with the service provider and make a complaint.
- *The toy you bought for your cousin in the dodgy “bazaar” for € is painted in toxic paint.* Most young people consider that this consumer dispute can affect other people, although a smaller proportion admit that the shop where they bought it may not be legal. According to these justifications, the majority of young people would follow the legal complaint procedure and ask the shop to return their money or to change the product, or they would go to the police.

Conclusions regarding the behaviour of young people when faced with consumer disputes in general

In general, most ESO (Obligatory Secondary Education) students in Catalonia, when faced with consumer disputes, would behave following the legal complaint procedures. In second place, they would follow an

alternative complaint procedure or they would put up with the problem.

Considering specific actions at the level of subcategories, however, most young people would tend to go to the police in the first place, and only discuss the matter with the establishment in second place. In lower percentages, they would opt to buy another product or service, behave inappropriately or throw away what they had bought. An insignificant percentage of young people would ask the Public Administration for help.

The type of behaviour when faced with a dispute shows some differences between boys and girls, and between young people of different ages or localities:

- Girls tend to ask for redress or to discuss the matter with the establishment in a slightly higher percentage than boys. In contrast, boys mention actions more such as going to the police or behaving inappropriately.
- As they get older, young people would tend to complain more, to behave inappropriately or follow other type of actions. Young people aged 13 are the ones who would ask for the complaint form most, and no young people aged 16 or older would ask for one.
- The larger the county where young people live, the more they tend to complain in the case of a consumer dispute, and the less they tend to ask for redress. Doing nothing when faced with a consumer dispute was mentioned especially by young people from counties with more than 1,000,000 inhabitants, followed by counties with less than 100,000 inhabitants.

Conclusions regarding the justifications of young people when faced with consumer disputes in general

In general, students doing ESO (Obligatory Secondary Education) in Catalonia primarily used personal justifications and justifications related

to the product or service they buy. In second place, they considered the collective nature of consumption; and finally, the characteristics of the shop or other justifications.

Above all, most young people justified their actions by referring to the high price or the possible effects of the dispute for other consumers. In second place, they used justifications in the sense of how much they really wanted the purchase, the need they had for the product or service and the illegality of the shop.

The justifications of the action when faced with a consumer dispute did not show any differences between young people from different counties, but did show some differences between boys and girls and between young people of different ages:

- Boys tended to refer more to automat outlets than girls, while girls tended to refer more to social benefits than boys.
- Young people aged between 12 and 15, as they get older, tended to give less reasons related to how much they really wanted the purchase. However, young people aged 16 or older tended to give more justifications related to how much they really wanted the purchase than young people aged 14.

Conclusions regarding the relationship between actions and justifications of young people when faced with consumer disputes

Exploring the relationship between how young people would act when faced with a consumer dispute and how they justify their actions enabled us to gain an idea as to what aspects encourage young people to exercise their rights and responsibilities when faced with a possible consumer dispute.

In general, the **aspects which favour actions considered within the legal complaint procedure** (dialoguing with the shop's personnel, asking the shop to exchange the product/service, etc) are: the fact that the product or service consumed is expensive, the fact that it is

considered necessary or the fact that the consumer dispute could affect other consumers. In contrast, the fact that the shop is illegal is an aspect which does not encourage a legal complaint procedure. Specifically, the fact that the price is high favours a complaint, as does asking the shop to exchange or repair of the product/service. In contrast, the fact that the product/service is necessary or whether the dispute could affect others encourage them to discuss the matter with the shop personnel, but would not encourage them to ask for the product/service to be exchanged.

Moving on, the **points which encourage young people to decide to put up with the problem when faced with a consumer dispute** (doing nothing, throwing away the product/service, buying a new one, etc) are: the price is cheap, they need the product/service or the shop is illegal. Specifically, the fact that product/service is necessary encourages them to buy another one. In contrast, the fact that the price is cheap or the shop is illegal would encourage them to throw away the product/service, do nothing or not to go back to the shop again.

An **alternative complaint procedure** (such as going to the police) is followed when the consumer dispute could affect others or when the shop is illegal. When the shop is an automat **behaving inappropriately** is seen as a valid approach.

5.3. Conclusions regarding the third objective of the research

When faced with possible consumer disputes, young people would not tend to go to public administrations with specific competences in terms of consumption. Although most would use an organization directly related to consumers, the majority would go to the private sector (the business in question) and very few would go to a specialized public institution (OMIC, OCIC, ACC, etc.). More young people would rather ask close friends or relatives to help them resolve consumer disputes than ask the county, state, European administrations or a consumer association.

In general, most young people would firstly go to the business to resolve their consumer disputes. Secondly, they would go to the police; thirdly, to the City Council in general; and finally to the Catalan Consumer Agency.

Among the consumer-specific public institutions, the ACC is the best known among young people (with 16% of responses). The presence of the OMIC, the OCIC or the INC is not very significant among the answers, being below 1.1%.

In general terms, there are not many significant differences between boys and girls, between young people of different ages or between young people who live in different localities.

- More girls than boys would tend to go to the business involved to resolve their consumer disputes. In contrast, boys would tend more to go to the State Government, the Catalan Government, the courts, the police or their parents to resolve their consumer disputes.
- As they get older, young people tend to go less to the Municipal Government, the business involved or their parents to resolve their consumer disputes, and more to the ACC, or call 012 or use not-specified information points. No young people aged 12 or 16 would go to the State Government, although young people of other ages would do so in very low percentages. Up to 14 years old, the percentage of young people who would go to the legal authorities increases with age; and after 14 years old decreases.
- The larger the county where young people live, the more they tend to go to the business and not-specified places to resolve their consumer disputes. Young people from counties with between 100,001-1,000,000 inhabitants are those who would go more to the City Council, but less to the ACC or call the telephone line 012. Young people from counties with less than 100,000 inhabitants are, notably, those who would go most to the County Council or the police, and least the State Government.

5.4. Conclusions regarding the fourth and fifth objectives of the research

Almost all young respondents considered that it is important to know the rights and responsibilities they have as consumers. Just over half of them

justified this importance in relation to consumer disputes. Among these, the vast majority considered that knowing the rights and responsibilities of consumers would help them to know how to behave when faced with a consumer dispute; some considered that it would help them to defend themselves and a minority thought that it would help them to avoid consumer disputes.

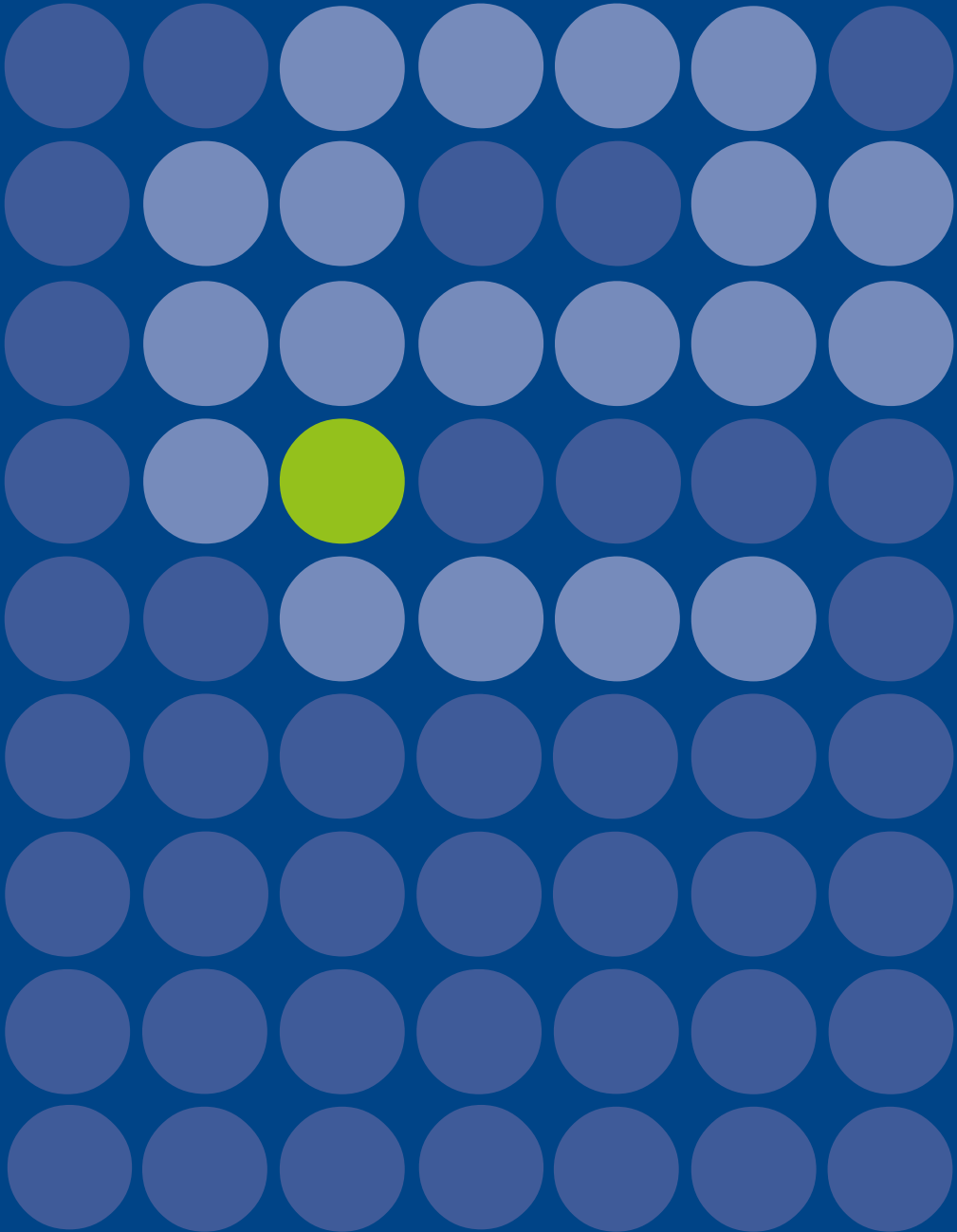
There are very few statistically significant differences between boys and girls, and between young people of different ages. There are no differences between young people from different localities.

- The percentage of boys who consider that knowing rights and responsibilities is important to defend themselves in consumer disputes is slightly higher than that of girls.
- As they get older, the percentage of young people who consider that knowing their rights and responsibilities is important to avoid consumer disputes or to know how to behave when faced with one increases.

On a final point, the vast majority of young people understood the importance of knowing their rights and responsibilities from a rather individual position, and less than 10% justified this importance from the collective nature of consumption.

Between young people of different ages and localities there are no statistically significant differences; and between boys and girls, there are very few:

- Between boys and girls, there are only statistically significant differences in relation to collective justifications. Boys use more collective justifications than girls when justifying the importance of understanding the disputes involved with being consumers.



agència catalana
del consum



Generalitat
de Catalunya