

Sondeo de opinión sobre el consumo y la integración social de los jóvenes de Navarra

INFORME DE RESULTADOS



1 de julio de 2015

quor

quor_{2.0}

quor*.i*

1.- INTRODUCCIÓN: PLANTEAMIENTO METODOLÓGICO	3
1.1. Objetivos de la investigación.	4
1.2. Ficha técnica	7
2.- EL PERFIL DE LOS JÓVENES	12
3.- LOS JÓVENES Y LA INTEGRACIÓN SOCIAL	19
3.1. La consideración protección de diferentes colectivos	20
3.2. La convivencia de los jóvenes con diferentes colectivos y el Indicador de Tolerancia ante las personas Inmigrantes	28
3.3. La vivencia de situaciones complejas y el acceso a servicios asistenciales	37
3.4. La percepción de discriminación	42
4.- LA SITUACIÓN ECONÓMICA DE LOS JÓVENES	46
4.1. Situación económica	47
4.2. Cuantías administradas; partida mensual	57
5.- LOS JÓVENES Y EL CONSUMO DE OCIO	65
5.1. El consumo de tiempo libre: el ocio	66
5.2. Las oportunidades de ocio	72
5.3. Cuantías disponibles para el ocio	79
6.- EL CONSUMO DE ARTÍCULOS DE USO PERSONAL: FRECUENCIA Y GASTO	90
6.1. El consumo de objetos de uso personal	91
6.2. El consumo de otros productos	100
7.- LOS JÓVENES Y LAS ACTITUDES FRENTE AL CONSUMO	104
7.1. Los criterios de selección del establecimiento de compra y el producto	105
7.2. Tipo de establecimiento de compra de los jóvenes navarros	112
7.3. Actitudes frente al consumo	117
8.- CONSIDERACIONES FINALES	125



1.

“Introducción: Planteamiento metodológico”

1.1.

“Objetivos de la investigación”

Objetivo general

- ✓ El consumo e integración social de los jóvenes es un objetivo estratégico de los Planes de Desarrollo de la Comunidad Foral, como el Plan Moderna. Para avanzar en esa estrategia es necesario conocer la realidad económica y de consumo, así como la integración social de los jóvenes, pudiendo profundizar en actitudes, motivaciones y hechos concretos.



En definitiva, conocer la realidad de los jóvenes navarros, su situación económica y actitudes frente al consumo, su percepción ante diferentes aspectos de integración social

Objetivos específicos

- ✓ Este objetivo general se compone de otros más específicos, como son:
 - ✓ Medir el grado de “visibilidad social” de diferentes colectivos – personas mayores, menores, mujeres, personas inmigrantes, sin hogar, dependientes, etc..-, entre los jóvenes navarros.
 - ✓ Profundizar en la percepción de protección que el Gobierno de Navarra otorga a diferentes colectivos, así como el trato que los jóvenes profesan a cada uno de ellos.
 - ✓ Analizar el nivel de tolerancia de la población menor de 30 años ante la inmigración.
 - ✓ Estimar el volumen de jóvenes navarros que atesora experiencias vitales de cierto impacto, así como la asistencia a Servicios Asistenciales.
 - ✓ Establecer la percepción de los propios jóvenes respecto a su discriminación, identificando en razón de qué y los ámbitos sociales en los que se ha producido.
 - ✓ Profundizar en la situación económica de los jóvenes, identificando la existencia de ayuda y su procedencia.
 - ✓ Detallar las actividades frecuentes en el consumo de ocio de los jóvenes, la media de horas disponibles y las partidas de gasto declarado.
 - ✓ Mediar las actitudes frente al consumo de los jóvenes navarros; artículos de compra y gasto, tipo de establecimiento elegido, factores decisivos en la elección del producto, etc..
 - ✓ Conocer la estructura de gasto de los jóvenes navarros en función de las diferentes partidas.

1.2.

“Ficha Técnica”

METODOLOGÍA

- ✓ Metodología de exploración y **análisis cuantitativo**.

TÉCNICA DE ESTUDIO

- ✓ Hemos trabajado mediante **entrevista telefónica** con cuestionario semiestructurado, es decir, compuesto por preguntas abiertas y cerradas.
- ✓ Entrevista telefónica aplicada por sistema **CATI** (Computer Aided Telephone Interview) en plataforma equipada con el sistema de encuestación íntegra.

UNIVERSO OBJETO DE ESTUDIO

- ✓ Los jóvenes residentes en Navarra, en diferentes comarcas y municipios, con edades comprendidas entre los 15 y 30 años.

TAMAÑO DE LA MUESTRA

- ✓ Se han realizado un total de 500 entrevistas telefónicas, lo que supone operar con un margen de error* de $e = \pm 4,4\%$ para todas las estimaciones que se quieran realizar sobre este colectivo.

* Para un nivel de confianza del 95,5%, 2σ respecto de μ , siendo $p = q = 0,5$.

DISEÑO DE LA MUESTRA: DISTRIBUCIÓN DE LA MUESTRA

- ✓ El diseño de la muestra ha seguido un criterio estratificado aleatorio a las variables áreas geográfica, género y edad. La afijación otorgada a cada estrato ha sido no proporcional con el objeto de recoger una muestra con un mínimo de significación estadística en cada uno de ellos.
- ✓ El planteamiento muestral ha dado como resultado la siguiente distribución:

	De 15 a 19 años			De 20 a 24 años			De 25 a 30 años			Total		
	Hombre	Mujer	Total	Hombre	Mujer	Total	Hombre	Mujer	Total	Hombre	Mujer	Total
Pamplona y Comarca	40	52	92	44	43	87	27	56	83	111	151	262
Tudela + Ribera	16	17	33	6	15	21	13	33	46	35	65	100
Navarra Media Oriental	7	2	9	4	2	6	6	4	10	17	8	25
Tierra Estella	11	9	20	7	5	12	9	9	18	27	23	50
Noroeste + Pirineos	4	8	12	4	13	17	15	19	34	23	40	63
Total	78	88	166	65	78	143	70	121	191	213	287	500

- ✓ Dado que el diseño muestral no se corresponde con la verdadera proporcionalidad de la población joven navarra, posteriormente se ha realizado una ponderación, equilibrando a la realidad de la población respecto a las variables área geográfica, género y edad.
- ✓ Así, atendiendo a dicho criterio de ponderación, la distribución muestral resultante ha sido la siguiente:

	De 15 a 19 años			De 20 a 24 años			De 25 a 30 años			Total		
	Hombre	Mujer	Total	Hombre	Mujer	Total	Hombre	Mujer	Total	Hombre	Mujer	Total
Pamplona y Comarca	46	44	90	46	44	90	52	53	104	143	141	284
Tudela + Ribera	18	18	36	19	19	38	22	21	43	59	58	116
Navarra Media Oriental	4	4	8	4	4	8	4	4	8	12	11	24
Tierra Estella	4	4	8	4	4	8	5	4	9	13	12	26
Noroeste + Pirineos	8	7	15	8	7	16	10	9	19	26	23	50
Total	80	77	157	82	78	160	93	91	184	254	246	500

TIMING DE LOS PROCESOS

- ✓ Las fechas de realización de los diferentes procesos han sido:
 - ✓ Aprobación del cuestionario: 12 de junio de 2015.
 - ✓ Trabajo de campo: Del 15 al 19 de junio de 2015.
 - ✓ Codificación, depuración y tabulación estadística : Del 22 al 24 de junio de 2015.
 - ✓ Presentación de resultados: 3 de julio de 2015.



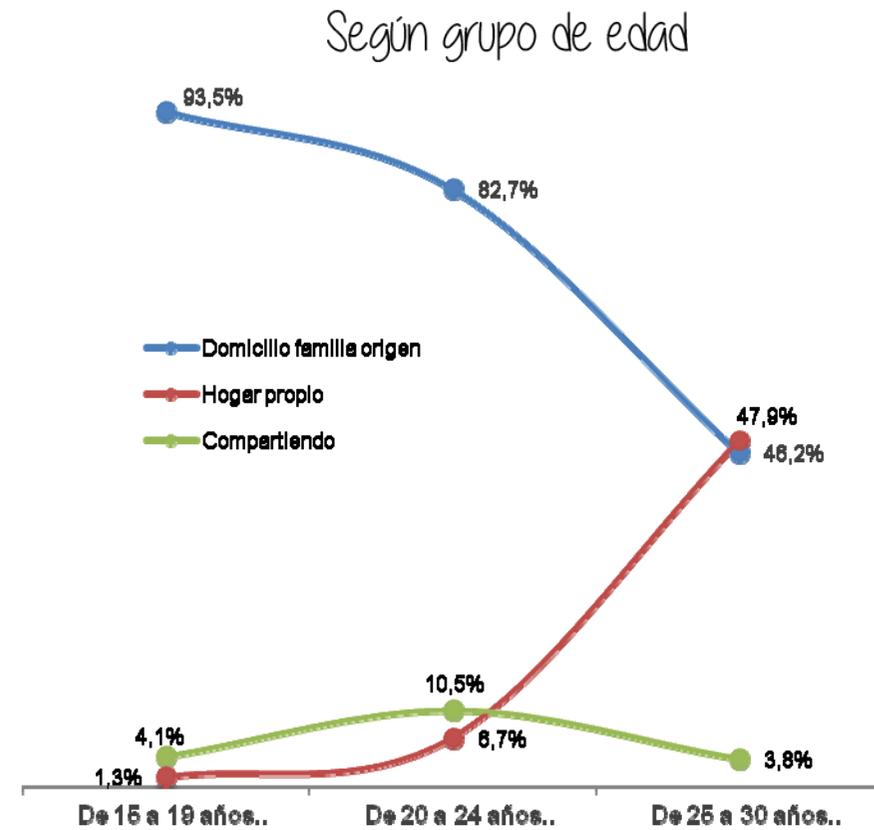
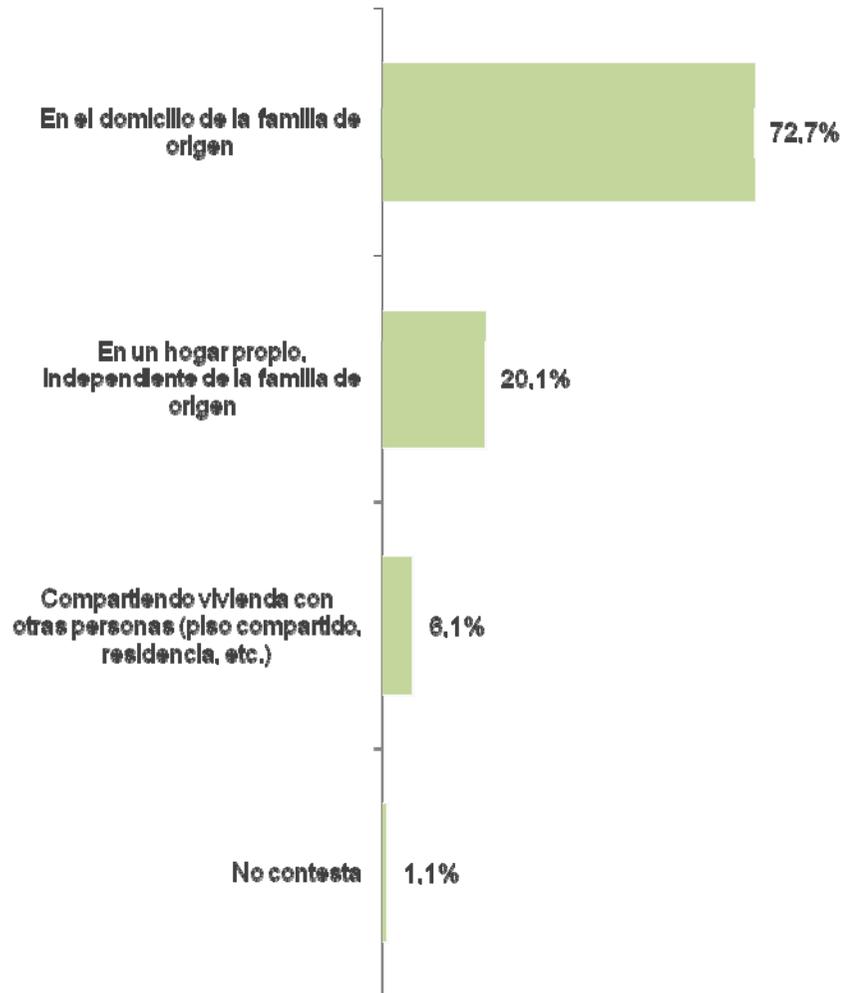
2.

“El perfil de los jóvenes”

- ✓ La mayoría de los jóvenes navarros participantes en el sondeo vive en el domicilio de la familia de origen; el 72,7%. Son algo más de uno de cada cuatro, el 26,2%, los que disfrutan de un hogar propio o, en menor grado, comparte piso con otras personas (6,1%).
- ✓ Se puede apreciar en los datos a continuación, como el acceso a la vivienda propia, fuera del contexto familiar de origen, comienza a materializarse para la mayoría a partir de los 25 años, como indica el 51,7%.
- ✓ Por otro lado, el 43,8% de los consultados manifiesta estar estudiando, frente al 31,6% que ya se ha incorporado al mercado laboral. Hay no obstante, un 15,3% de entrevistados que compatibiliza las dos opciones; trabajo y estudios.
- ✓ Así, el 60,2% ha completado un nivel de estudios medio; el 29,4% de BUP o Bachiller, y el 23,5% en ciclos formativos medios o secundaria artes y oficios.
- ✓ Nueve cada diez entrevistados, el 91,6%, tiene nacionalidad española.

C.1.: ¿Dónde vives habitualmente la mayor parte del año?*

Base: Total de entrevistados



* Se leyeron las opciones de respuesta. Solo se admitió una.

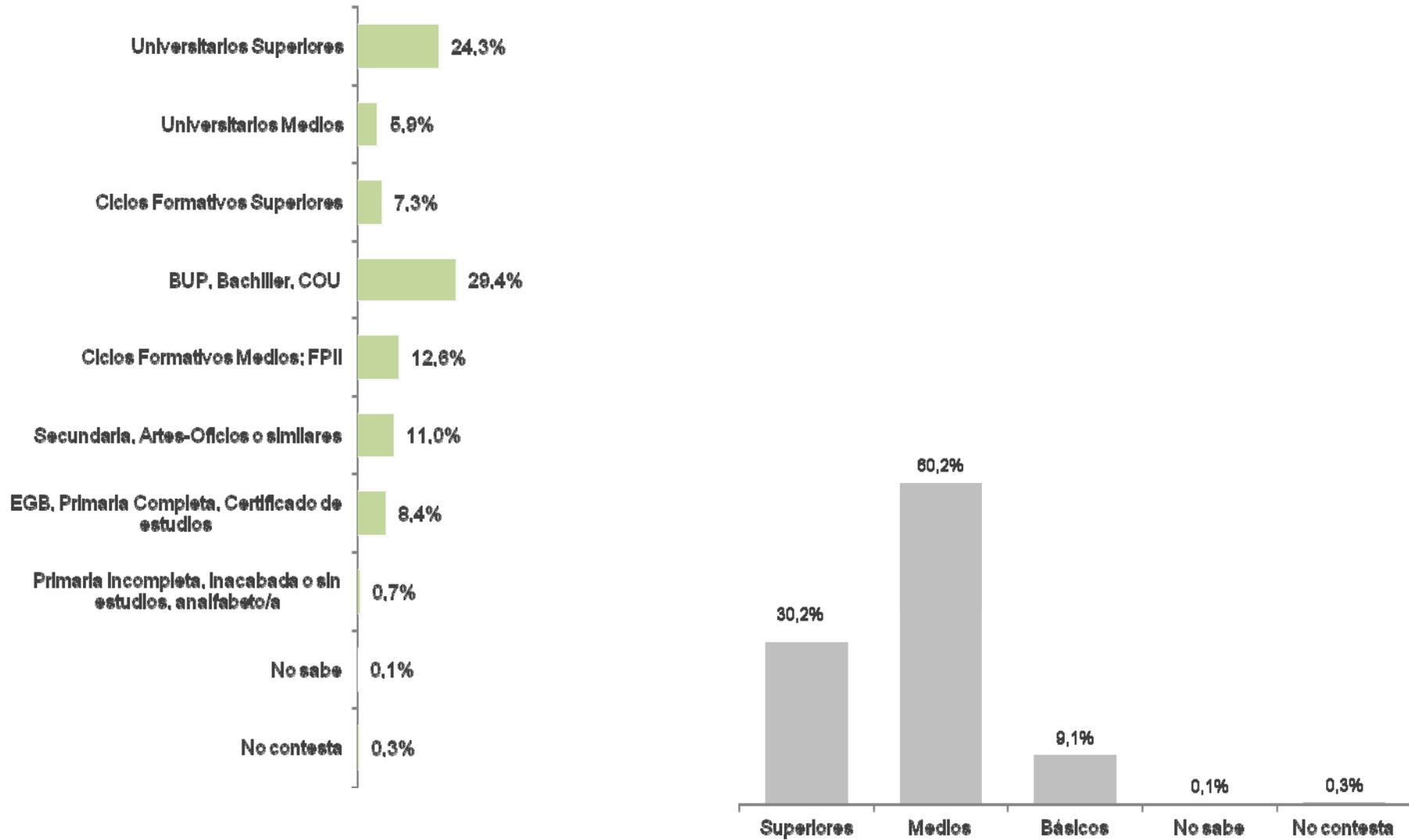
C.2.: ¿En cuál de las siguientes situaciones te encuentras?*
Base: Total de entrevistados

	TOTAL (n = 500)	SEGÚN GRUPO EDAD		
		De 15 a 19 años (n = 157/166)	De 20 a 24 años (n = 160/143)	De 25 a 30 años (n = 184/191)
Sólo estudias	43,8%	86,6%	47,9%	3,9%
Trabajas y estudias	15,3%	6,5%	26,8%	12,9%
Sólo trabajas	31,6%	2,0%	17,1%	69,4%
Está parado, pero has trabajado antes	6,9%	1,9%	5,7%	12,3%
Buscas tu primer empleo	1,7%	2,9%	1,9%	0,5%
Te dedicas a las tareas del hogar	0,1%	---	---	0,3%
Otra situación	0,3%	---	---	0,8%
No contesta	0,2%	---	0,6%	---

* Se leyeron las opciones de respuesta. Solo se admitió una.

C.3.: ¿Cuáles son los estudios de más alto nivel oficial que has cursado hasta ahora?

Base: Total de entrevistados



* No se sugirió ninguna respuesta. Solo se admitió una.

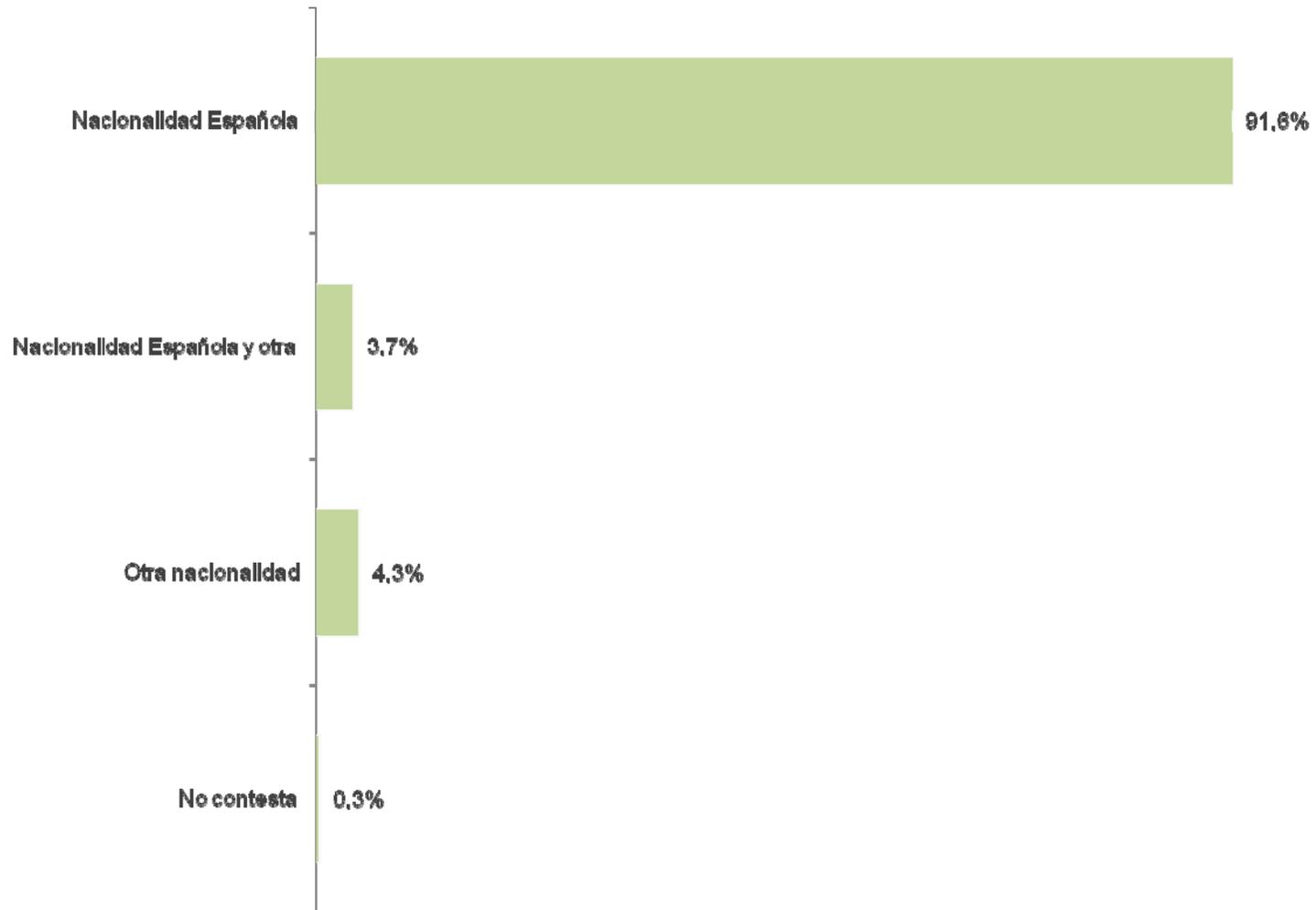
C.3.: ¿Cuáles son los estudios de más alto nivel oficial que has cursado hasta ahora?*

Base: Total de entrevistados

	TOTAL (n = 500)	GÉNERO	
		Hombre (n = 254/213)	Mujer (n = 246/287)
Superiores	30,2%	26,1%	34,5%
Medios	60,2%	63,3%	57,0%
Básicos	9,1%	10,6%	7,6%
No sabe	0,1%	---	0,2%
No contesta	0,3%	---	0,7%

* No se sugirió ninguna respuesta. Solo se admitió una.

C.7.: Nacionalidad*
Base: Total de entrevistados



* Se leyeron las opciones de respuesta. Solo se admitió una.



3.

“Los jóvenes y la integración social”

3.1.

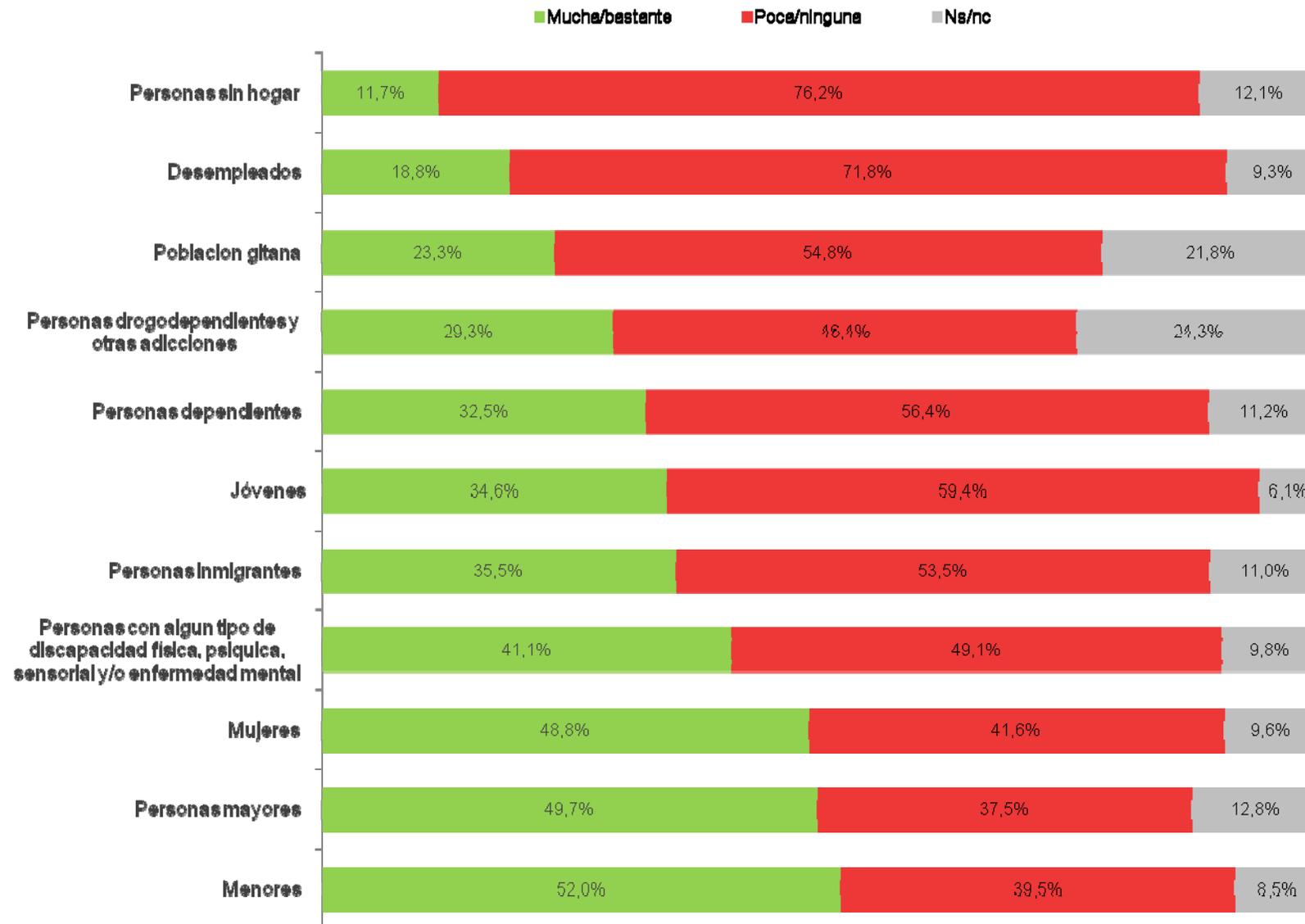
***“La consideración de
protección de diferentes
colectivos”***

- ✓ Desde el punto de vista de la mayoría de los jóvenes navarros con edades comprendidas entre los 15 y 30 años, el Gobierno de Navarra ofrece bastante o mucha protección a los menores (52,0%) siendo el colectivo que goza de mayor amparo por parte de las instituciones.
- ✓ También las personas mayores (49,7%), las mujeres (48,8%) y las personas con algún tipo de discapacidad física, psíquica, sensorial y/o enfermedad mental (41,1%) disponen de cierto nivel de protección, a juicio de un grupo importante de los entrevistados.
- ✓ Por el contrario, la mayoría de los jóvenes advierte poca o ninguna protección por parte del Gobierno de Navarra a otros colectivos, entre los que destacan:
 - ✓ Las personas sin hogar (el 76,2% considera que tienen poca o ninguna protección).
 - ✓ Los desempleados (el 71,8%)
 - ✓ Las personas dependientes (56,4%)
 - ✓ La población gitana (el 54,8%)

- ✓ Son también mayoría los entrevistados que hablando de los propios jóvenes como colectivo (el 52,7%), considera que hay poca protección por parte del Gobierno de Navarra, mientras que el 6,6%, se muestra aún más crítico y señala que ninguna.
- ✓ El perfil de joven que se muestra más crítico con el nivel de protección llevado a cabo por el Gobierno de Navarra con el colectivo de jóvenes es:
 - ✓ Un perfil más masculino (63,3%), frente al femenino (55,3%).
 - ✓ Con edades comprendidas entre los 25 y 30 años (el 69,4%)
 - ✓ Quienes disponen de un nivel de estudios superiores (63,3%).
 - ✓ Entre quienes se encuentran en paro, habiendo trabajado con anterioridad (79,6%).
 - ✓ Residentes en Navarra Media Oriental (77,9%) y Noroeste-Pirineos (75,5%).

P.1.: Valoración del grado de protección de los servicios del Gobierno de Navarra a diferentes colectivos*

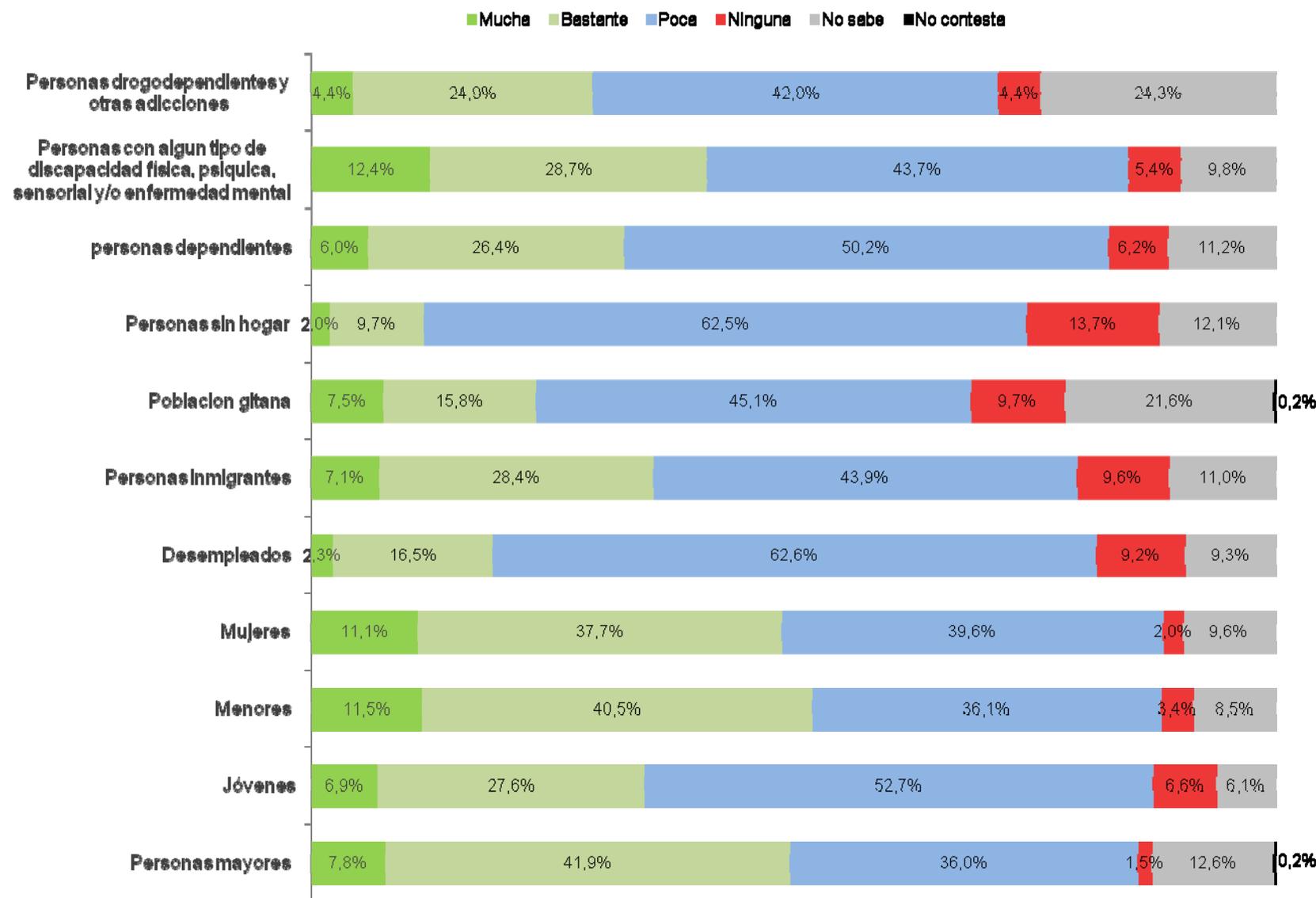
Base: Total de entrevistados



* Se mostraron las opciones de respuesta. Solo se admitió una respuesta.

P.1.: Valoración del grado de protección de los servicios del Gobierno de Navarra a diferentes colectivos*

Base: Total de entrevistados



* Se mostraron las opciones de respuesta. Solo se admitió una respuesta.

- ✓ A la hora de valorar como tratan los jóvenes navarros a estos colectivos, puedan extraerse las siguientes conclusiones:

Colectivos que se tratan dentro de la normalidad

Los jóvenes aprecian de forma mayoritaria que el trato se rige por la normalidad, con los siguientes colectivos:

- ✓ Las mujeres (56,3%)
- ✓ Los jóvenes (56,0%)
- ✓ Los desempleados (50,8%)

Colectivos que concitan mayor grado de amabilidad (∴ superior al 30∴)

Siendo un trato normal, los jóvenes profesan mayor grado de amabilidad a:

- ✓ Las personas con algún tipo de discapacidad física, psíquica, sensorial y/o enfermedad mental (37,9%)
- ✓ Los menores (31,1%)
- ✓ Las personas mayores (31,0%)

Colectivos que son más indiferentes para los jóvenes

- ✓ Las personas sin hogar (23,2%)
- ✓ Las personas drogodependientes (20,1%)

Colectivos que mayor desconfianza o desprecio aglutinan

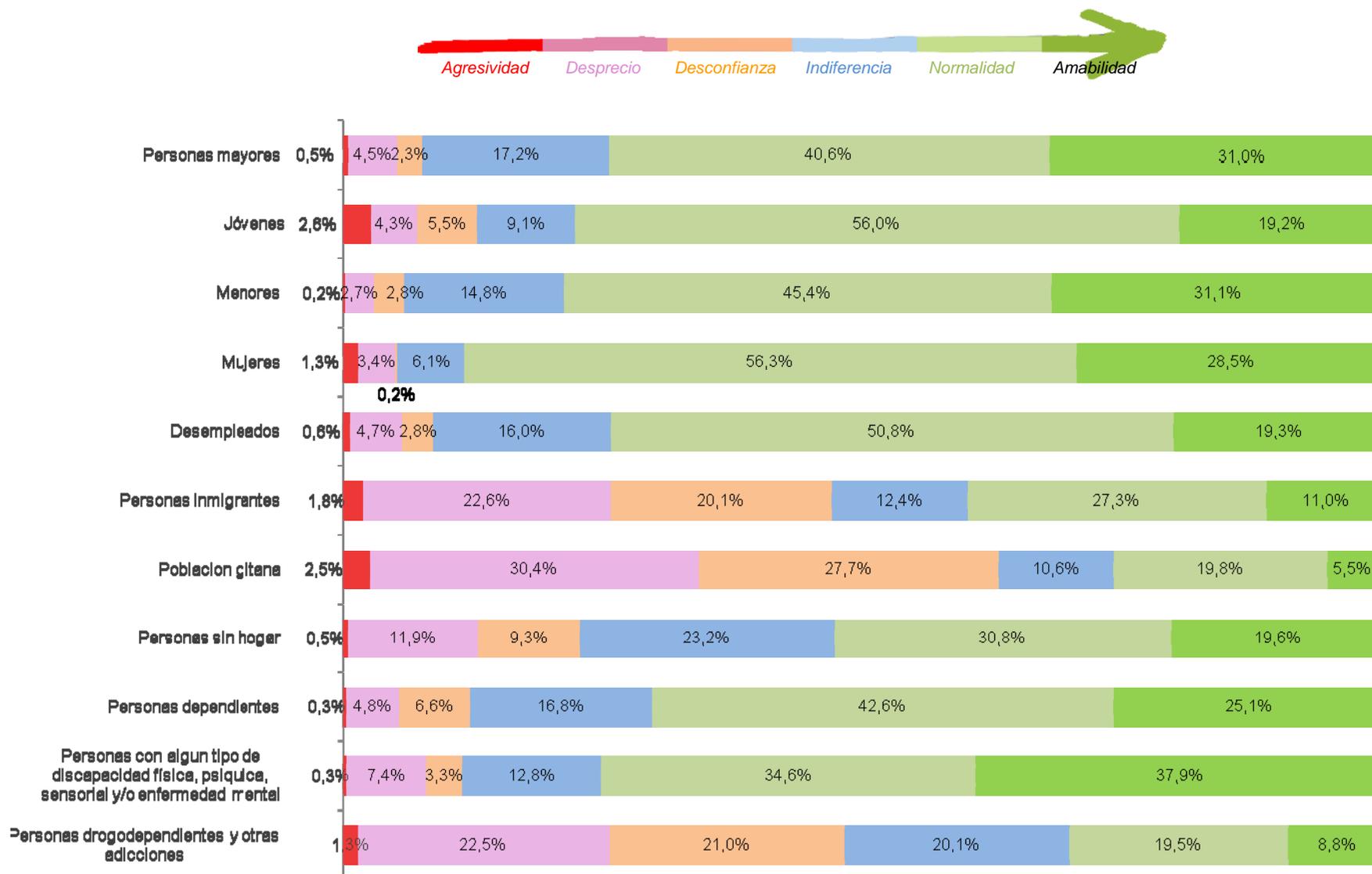
El 27,7% de los jóvenes considera que la población gitana es un colectivo al que los jóvenes navarros tratan con desconfianza. Y el 30,4% considera que la población gitana cosecha además el desprecio de los más jóvenes.

Un 22,6% cree que el trato a las personas inmigrantes por parte de los jóvenes es de desprecio. Porcentaje algo menor, el 20,1% quienes piensan que más bien son tratados con desconfianza.

Casi idéntica opinión tienen los jóvenes del trato otorgado a las personas drogodependientes y otras adicciones.

P.2.: ¿Cómo dirías que los jóvenes navarros tratan a los siguientes colectivos?*

Base: Total de entrevistados



* Se leyeron las opciones de respuesta. Solo se admitió una respuesta.

3.2.

“La convivencia de los jóvenes con diferentes colectivos y el Indicador de Tolerancia ante las personas Inmigrantes”

- ✓ El contexto vecinal es el entorno el que los jóvenes navarros identifican como lugar de integración y convivencia de diferentes colectivos; el 72,6% señala que hay personas mayores en su entorno vecinal y el 41,7% personas inmigrantes. También la presencia de personas con algún tipo de discapacidad física, psíquica, sensorial y/o enfermedad mental es nombrada por el 33,3% de los jóvenes.
- ✓ Por el contrario, el grupo de amigos ofrece menos opciones de contacto a excepción del 37,1% de los jóvenes navarros que cuenta entre sus amigos con personas inmigrantes.

P.3./P.4./P.5./P.6.: Integración/convivencia con colectivos
Base: Total de entrevistados

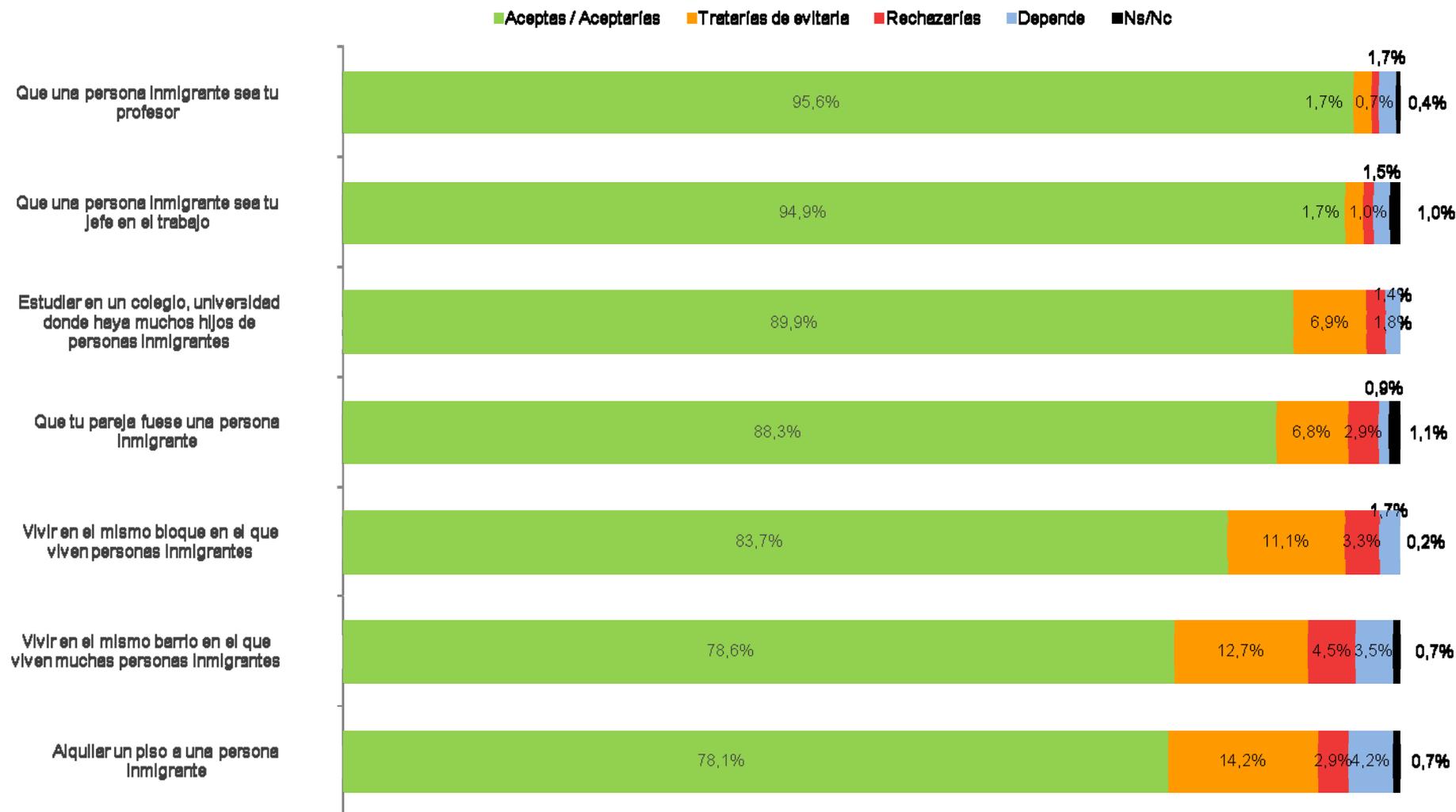
	Entre los vecinos	Entre los compañeros estudio o trabajo	Entre los amigos	Entre los familiares
Personas mayores	72,6%	11,6%	8,3%	65,6%
Personas inmigrantes	41,7%	43,0%	37,1%	13,2%
Población gitana	15,8%	9,0%	7,3%	1,1%
Personas dependientes	20,0%	6,2%	4,8%	10,6%
Personas con algún tipo de discapacidad física, psíquica, sensorial y/o enfermedad mental	33,3%	13,5%	11,6%	17,7%
Personas drogodependientes y otras adicciones	9,6%	5,8%	8,6%	3,2%
Ninguno	16,2%	44,3%	51,1%	24,1%
Ns/nc	0,2%	2,4%	0,5%	1,1%

* Se leyeron las opciones de respuesta. Posible respuesta múltiple.

- ✓ La gran mayoría de los jóvenes navarros consultados no manifiesta actitudes de rechazo ante la población inmigrante de forma abierta. Hay no obstante un porcentaje de entrevistados que manifiesta “reservas”, tratando de evitar determinadas situaciones o directamente rechazándolas de plano.
- ✓ Las situaciones que mayor nivel de reserva o rechazo generan son:
 - ✓ Alquilar un piso a una persona inmigrante: Cerca de dos de cada diez jóvenes navarros señala que trataría de vitarlo, lo rechazaría o dudaría, dependiendo de la situación.
 - ✓ Asimismo, vivir en el mismo barrio o en el mismo bloque que las personas inmigrantes supone también una barrera para dos de cada diez jóvenes entrevistados.
- ✓ Por otro lado, contar con un profesor o jefe inmigrante no suscita el mismo nivel de reservas, siendo tratado con normalidad por la práctica totalidad de los jóvenes entrevistados.

P.7.: Grado de aceptación o rechazo ante la relación con personas inmigrantes

Base: Total de entrevistados



* Se leyeron las opciones de respuesta. Solo se admitió una.

El Indicador de Tolerancia ante las Personas Inmigrantes (ITPI)

Definición → El objetivo de este indicador es analizar el grado de tolerancia de los jóvenes navarros respecto a las personas inmigrantes, profundizando en diferentes situaciones vitales que pueden despertar mayor o menor grado de rechazo.

Elaboración → Este Indicador se construye a través de la pregunta P.7 del cuestionario: “Ahora voy a leer una serie de posibles relaciones entre personas inmigrantes y tú. Dime en cada caso si lo aceptarías, tratarías de vitarlo o lo rechazarías”.

- ✓ “Vivir en el mismo barrio en el que viven muchas personas inmigrantes.
- ✓ Vivir en el mismo bloque en el que viven personas inmigrantes.
- ✓ Alquilar un piso a una persona inmigrante.
- ✓ Que una persona inmigrante sea tu profesor.
- ✓ Que una persona inmigrante sea tu jefe en el trabajo.
- ✓ Estudiar en un colegio, universidad donde haya muchos hijos de personas inmigrantes.
- ✓ Que tu pareja fuese una persona inmigrante.”

Metodología →

El cálculo del indicador es el resultado de la media aritmética de los índices parciales que se calculan para cada ítem o situación vivencial. Se computará en cada uno de ellos con un 0 cuando el entrevistado se posicione en las opciones “lo rechazaría” o “trataría de evitarlo”. Se computará con un 100 si se posiciona en “no sabe” o “depende”. Y por último, se computará con un 200 cuando indique que “acepta o aceptaría”.

La lectura e interpretación →

El Indicador de Tolerancia ante las Personas Inmigrantes (ITPI) refleja el grado de tolerancia a la convivencia e integración en diferentes órdenes de la vida con las personas inmigrantes.

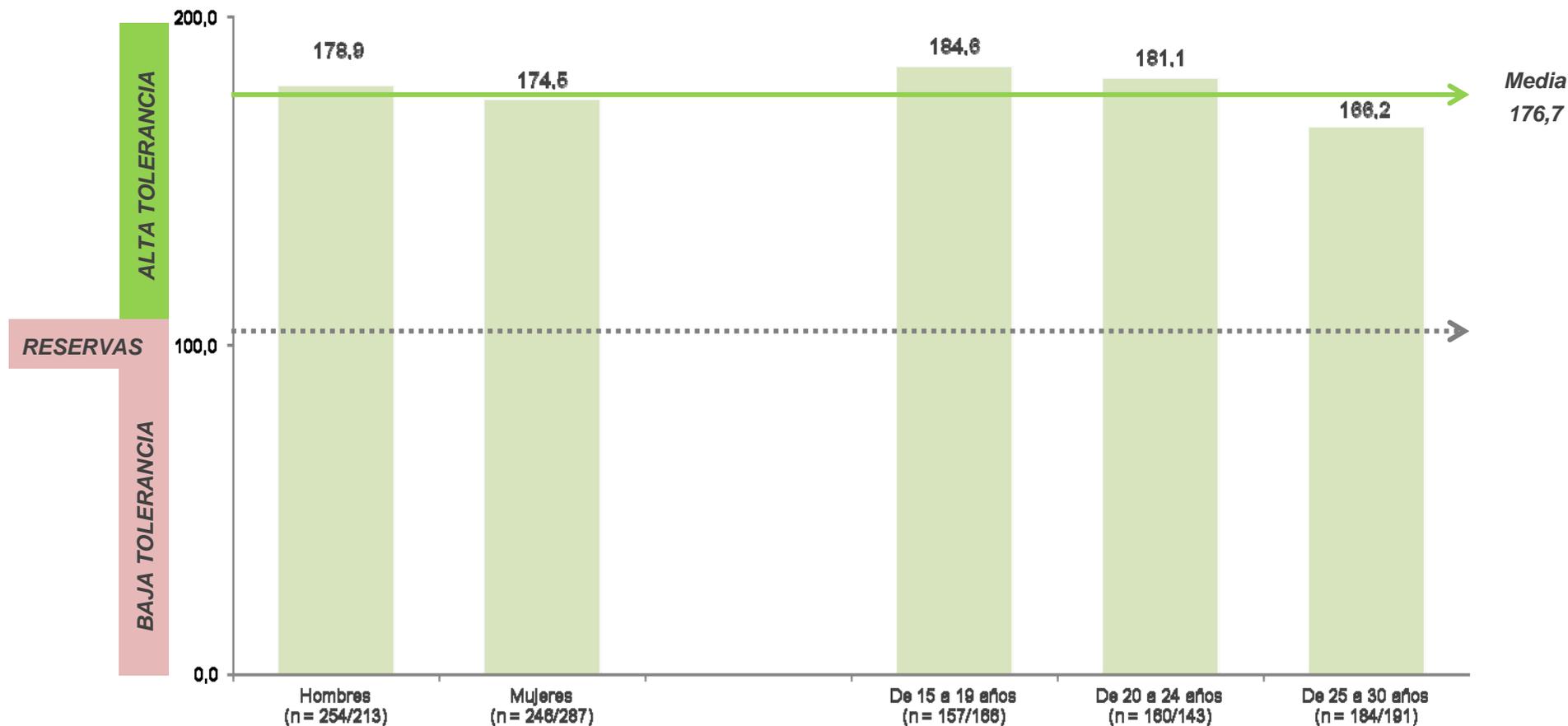
La interpretación de los valores sería:

- ✓ Valores entre 100 y 200: Alta tolerancia
- ✓ Valor de 100: Reservas
- ✓ Valores de 0 a 100: Baja tolerancia

Dado que se considera que el valor de 100, que equivaldría a la “neutralidad”, no expresa sino algún tipo de reserva o reticencia, no quedando en este concepto de tolerancia espacio para posiciones de neutralidad.

P.7.: Indicador de tolerancia ante las personas inmigrantes (ITPI)

Base: Total de entrevistados

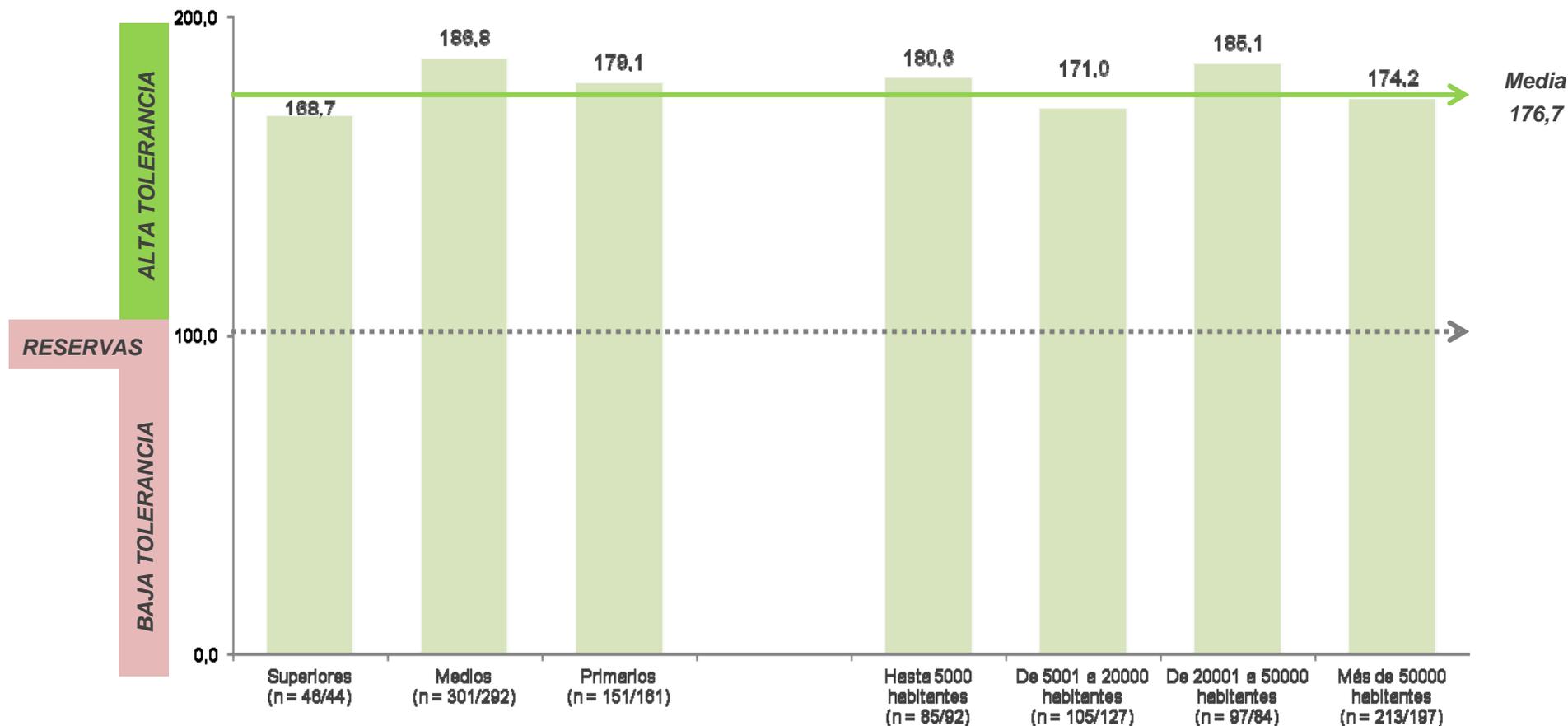


La interpretación y lectura de datos:

- De 100 a 200: Alta tolerancia
- Igual a 100: Reservas
- De 0 a 100: Baja tolerancia

P.7.: Indicador de tolerancia ante las personas inmigrantes (ITPI)

Base: Total de entrevistados

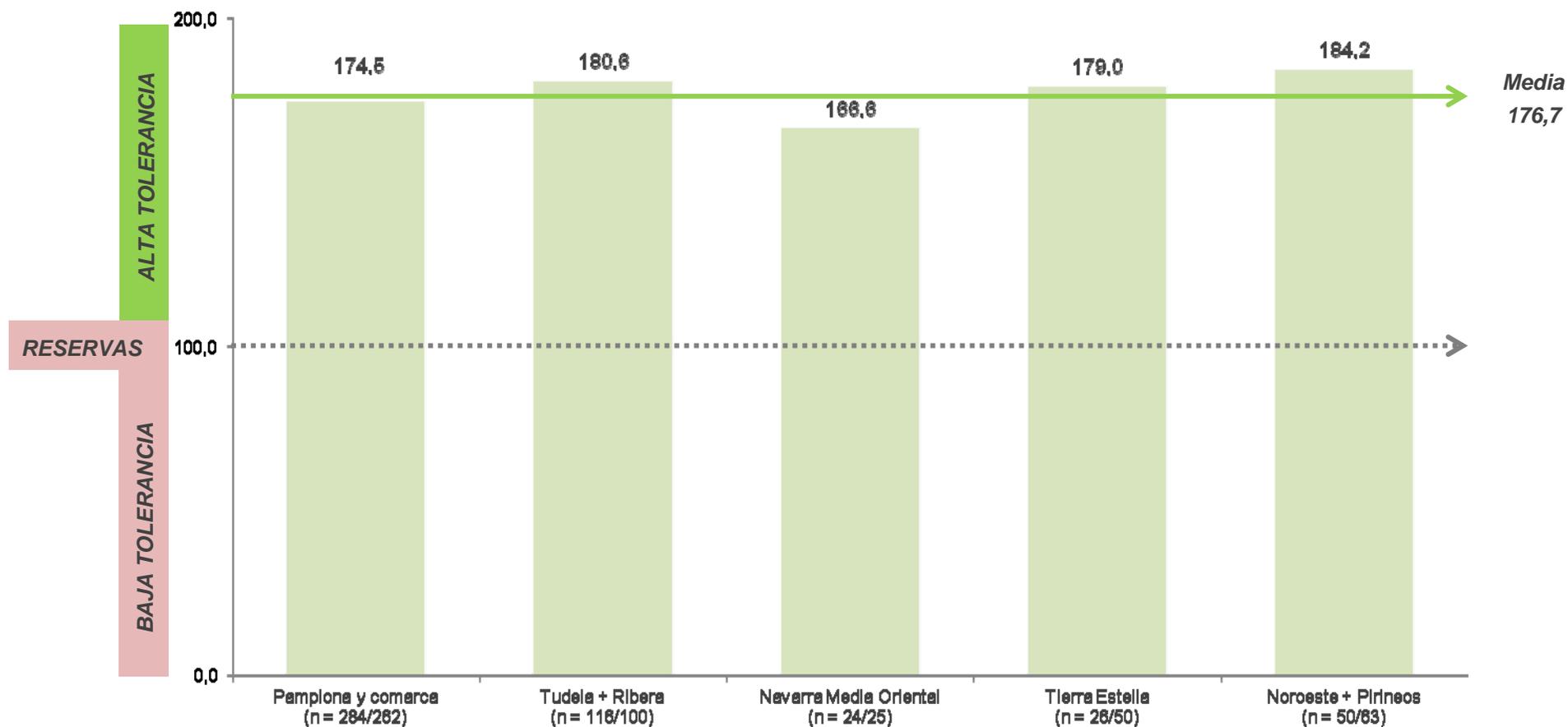


La interpretación y lectura de datos:

- De 100 a 200: Alta tolerancia
- Igual a 100: Reservas
- De 0 a 100: Baja tolerancia

P.7.: Indicador de tolerancia ante las personas inmigrantes (ITPI)

Base: Total de entrevistados

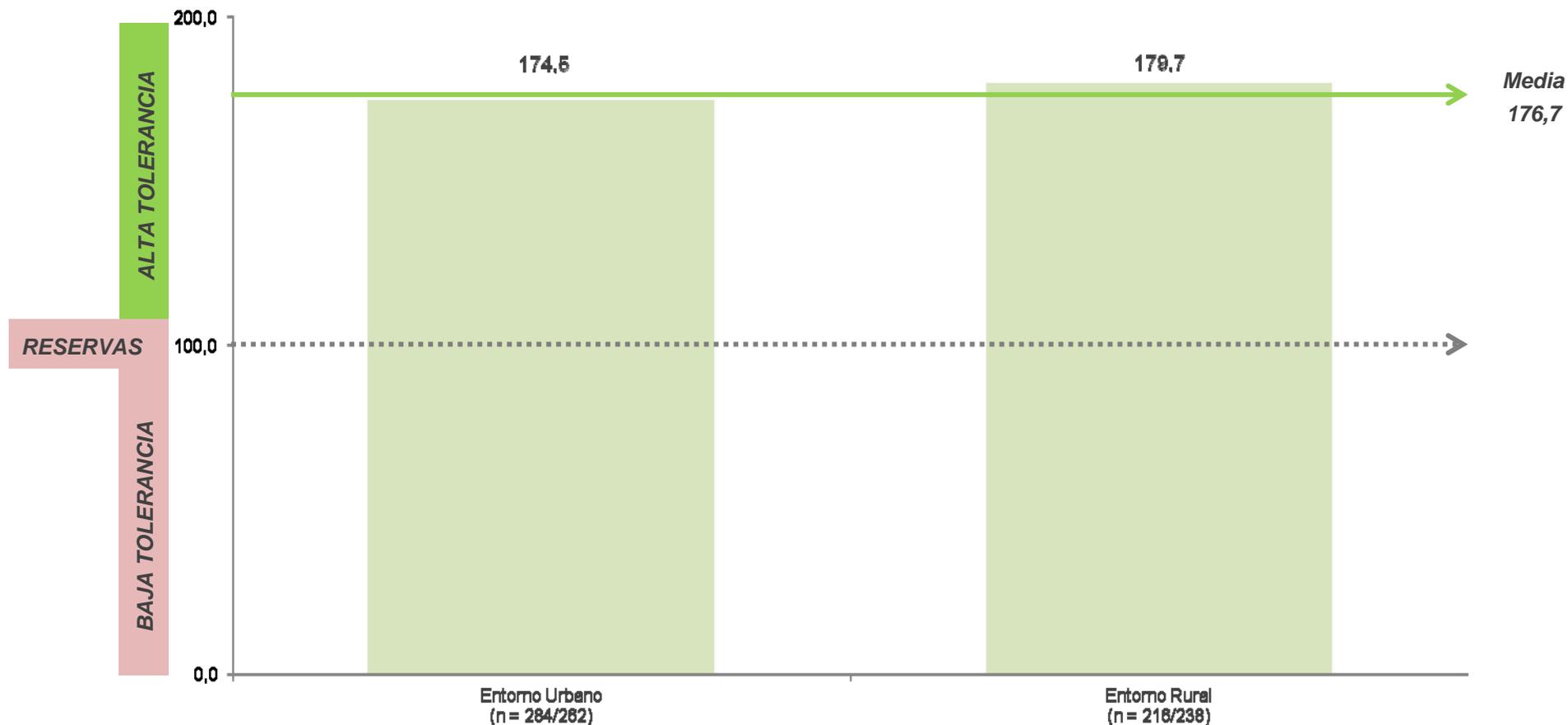


La interpretación y lectura de datos:

- De 100 a 200: Alta tolerancia
- Igual a 100: Reservas
- De 0 a 100: Baja tolerancia

P.7.: Indicador de tolerancia ante las personas inmigrantes (ITPI)

Base: Total de entrevistados



La interpretación y lectura de datos:

- De 100 a 200: Alta tolerancia
- Igual a 100: Reservas
- De 0 a 100: Baja tolerancia

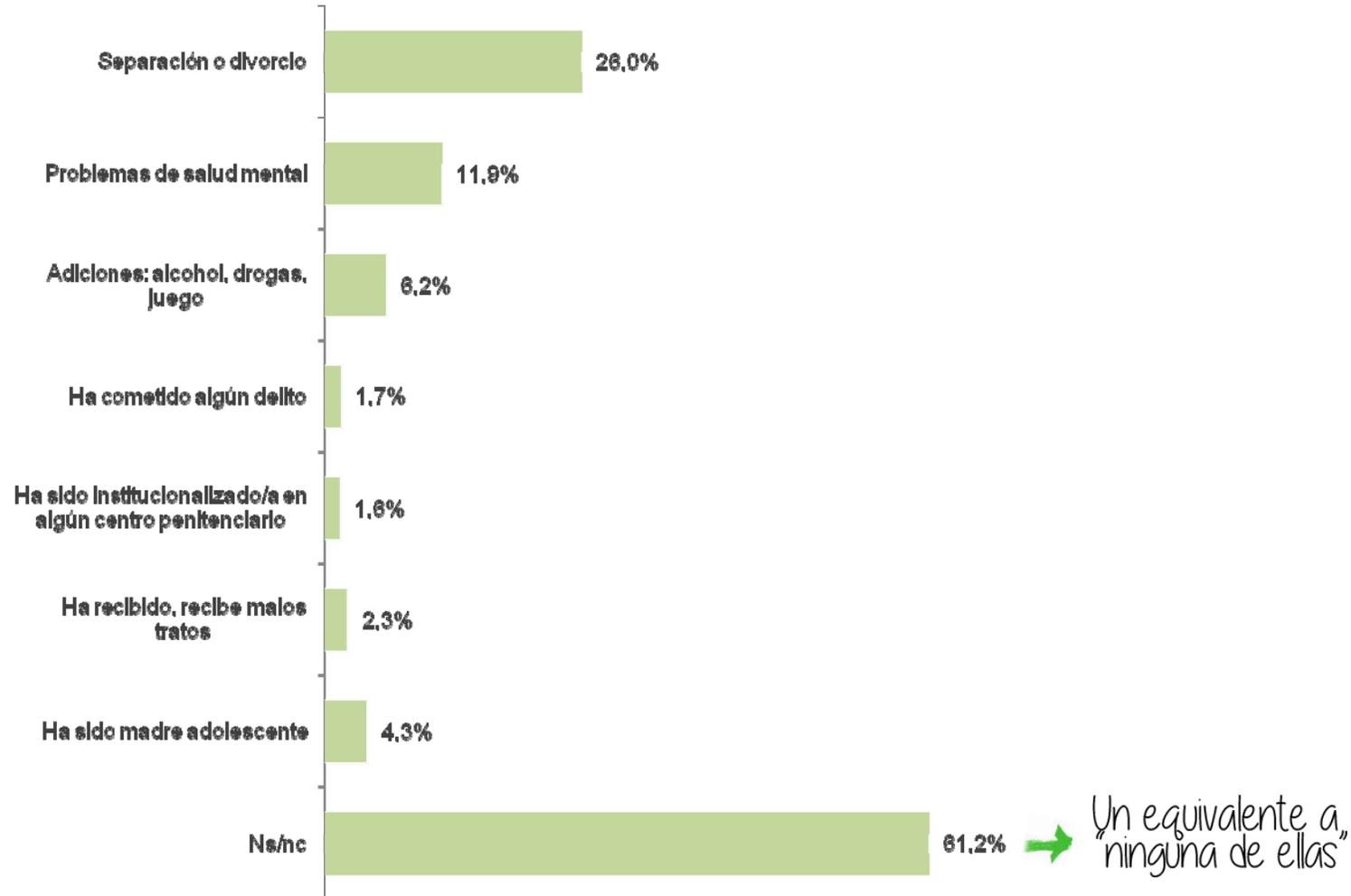
3.3.

“La vivencia de situaciones complejas y el acceso a servicios asistenciales”

- ✓ Entre las vivencias complejas atesoradas por los jóvenes menores de 30 años, cabe reseñar que el 61,2% de los entrevistados no ha contestado a la pregunta, lo que puede ser indicativo de que no ha vivido ninguna de ellas.
- ✓ De todas las planteadas, la más frecuente es la separación o divorcio bien algún familiar o de la pareja, como nombra algo más de uno de cada cuatro jóvenes consultados (el 26,0%). También se ha recogido cierta incidencia con la presencia de familiares con problemas de salud mental, si bien es más minoritaria (el 11,9%).
- ✓ Por otro lado, un 4,3% ha vivido en su entorno algún embarazo adolescente. Y desciende a niveles más residuales la comisión de algún delito o la institucionalización en algún centro penitenciario de familiares o pareja.
- ✓ La mayoría de los consultados no ha padecido en el último año alguna situación de desamparo que le lleve a solicitar la ayuda bien de familiares o de los servicios sociales u otras entidades de acción social. Sin embargo, hay un 21,3% de jóvenes menores de 30 años que bien ellos o sus familias han tenido la necesidad de acudir a alguna de estas entidades durante el pasado año.

P.9.: ¿Alguna persona de tu familia o pareja ha vivido o vive alguna de las siguientes situaciones?*

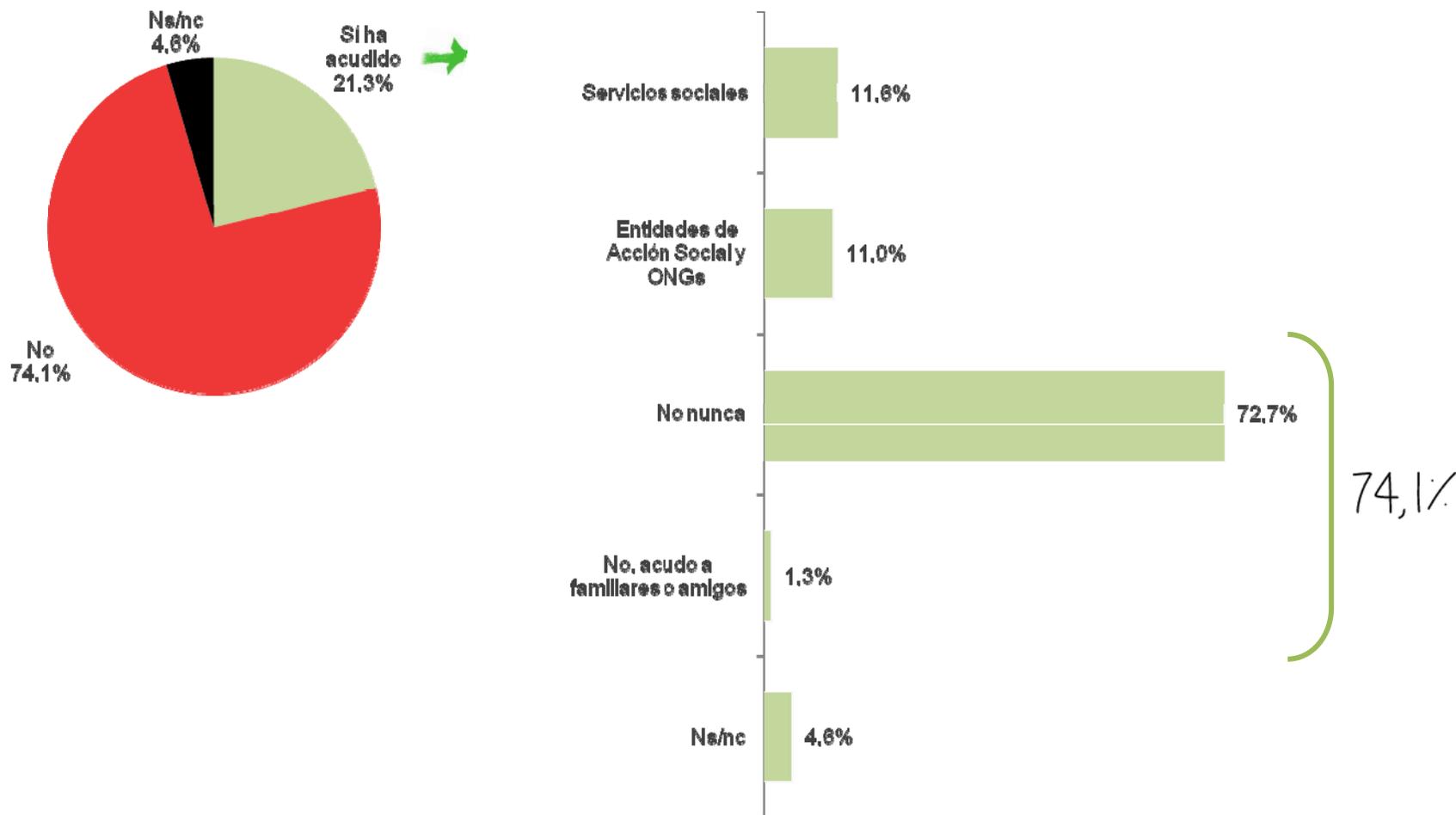
Base: Total de entrevistados



* Se leyeron las alternativas de respuesta. Posible respuesta múltiple.

P.8.: En el último año, ¿has acudido o ha acudido alguien de tu familia a algunos de los siguientes servicios?*

Base: Total de entrevistados



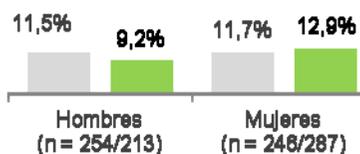
* Se leyeron las opciones de respuesta. Posible respuesta múltiple.

P.8.: En el último año, ¿has acudido o ha acudido alguien de tu familia a algunos de los siguientes servicios?*

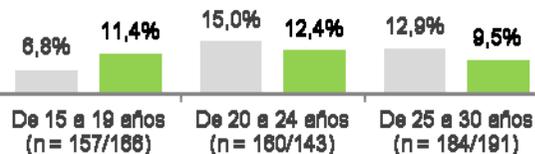
Base: Total de entrevistados

■ Servicios Sociales ■ Entidades de Acción Social y ONGs

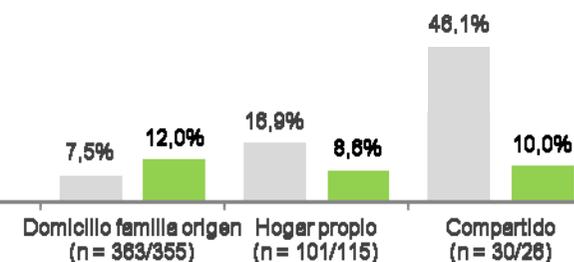
Según género



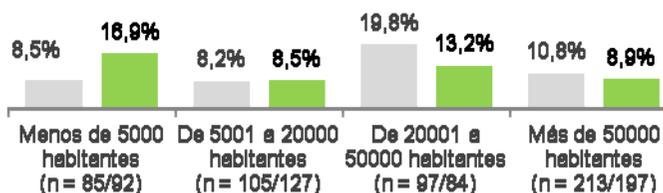
Según grupo de edad



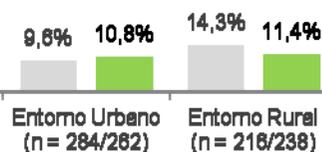
Según residencia



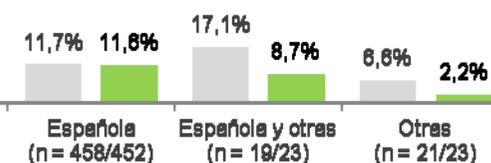
Según tamaño de hábitat



Según tipo de entorno



Según nacionalidad



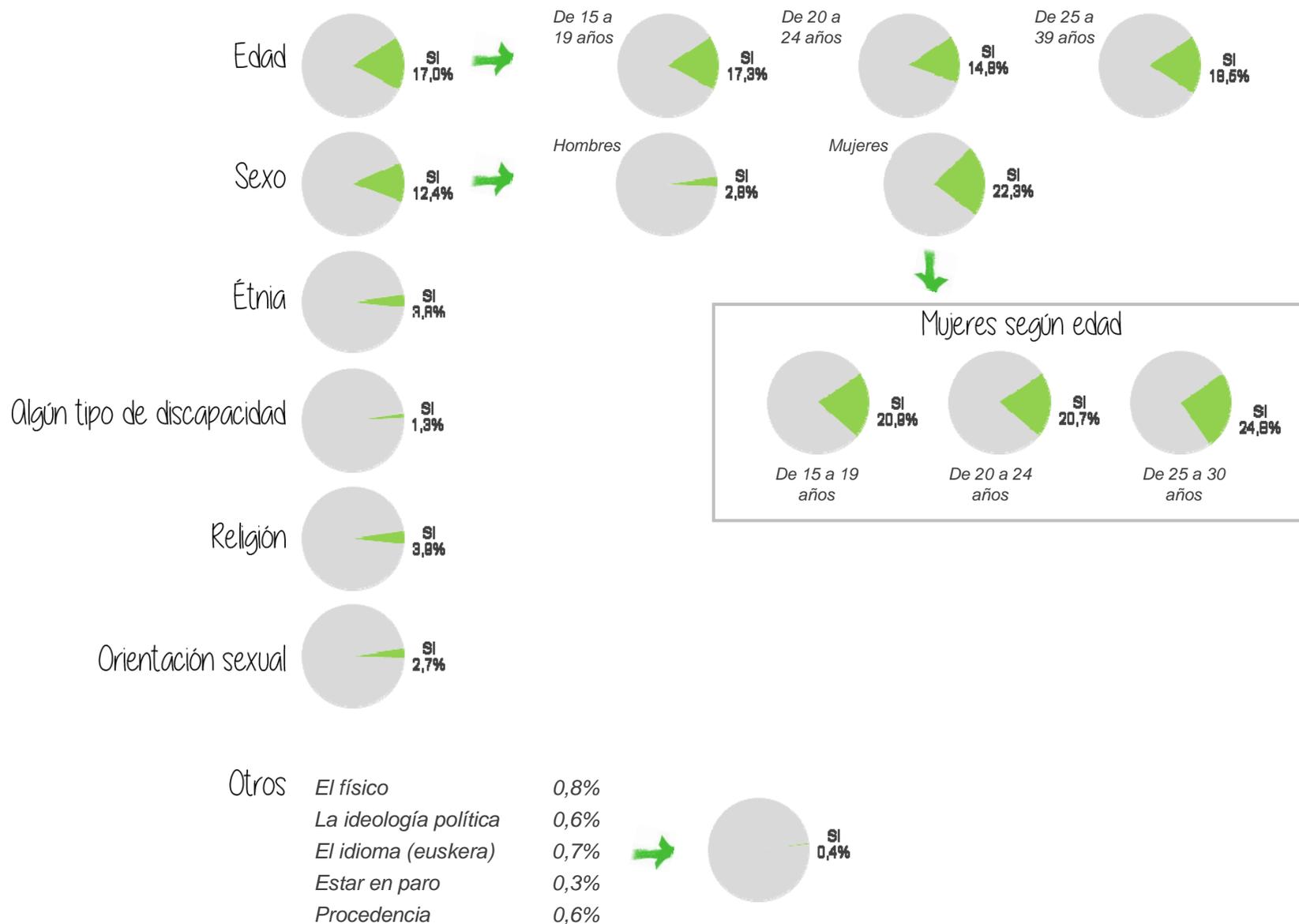
3.4.

“La percepción de discriminación”

- ✓ La gran mayoría de los jóvenes navarros consultados no se ha sentido injustamente tratado por diversas razones que lo definen y se hayan planteado como sexo, edad, etnia, religión, etc. Sin embargo, es preciso prestar atención a algunos datos relevantes:
 - ✓ La percepción de discriminación por cuestión de género es algo que un 22,3% de las navarras consultadas manifiesta haber sentido en alguna ocasión. Tomando como referencia solo al colectivo de mujeres, ésta vivencia de desigualdad se situaría a la cabeza de todas las analizadas, afectando además a todos los grupos de edad.
 - ✓ Sobre el conjunto, casi dos de cada diez jóvenes navarros, el 17,0%, dice haberse sentido injustamente tratado en base a su edad. Una percepción, la de contar poco, presumiblemente por inexperiencia, que alcanza su puntuación más alta entre los entrevistados con más de 25 años, aunque tiene también su reflejo entre los más jóvenes. Son también quienes disponen de un nivel de estudios inferior, con mayor presencia en el colectivo de quienes están parados, pese a haber trabajado con anterioridad.
 - ✓ A partir de ahí, en torno aun 4% de los jóvenes navarros se ha sentido injustamente tratado por razón de etnia o religión y cerca de un 3%, por su orientación sexual. En el caso de ésta última, la procedencia de esta discriminación se diversifica en mayor número de ámbitos de la vida, incluyendo el entorno familiar o más próximo del joven.

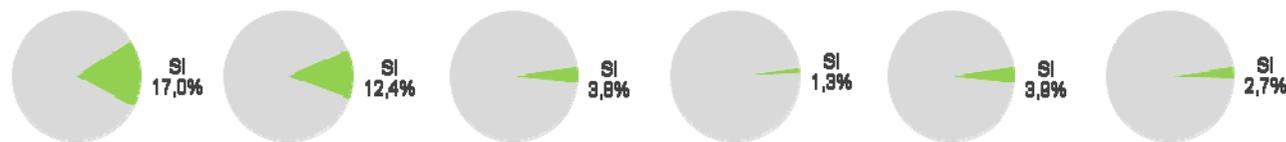
P.10.: Alguna vez o a menudo te sientes o te has sentido tratado de forma injusta por otras personas debido a...?*

Base: Total de entrevistados



P.11.: ¿Por parte de quién se ha sentido tratado de forma injusta?

Base: Total de entrevistados



	Edad (n = 85)	Sexo (n = 62)	Etnia (n = 19)	Algún tipo de discapacidad (n = 7)	Religión (n = 19)	Orientación sexual (n = 14)
Familiares	6,5%	3,0%	---	---	5,3%	13,8%
Amigos o vecinos	10,0%	14,6%	26,8%	31,3%	25,0%	44,1%
Profesores	8,2%	6,3%	4,9%	---	14,1%	12,5%
Compañeros de trabajo / escuela	44,9%	32,2%	49,2%	22,6%	51,8%	27,4%
Personal administración pública	14,2%	9,7%	15,3%	---	---	13,8%
Trabajadores servicios privados	10,3%	15,9%	---	7,2%	---	28,9%
Otras personas	23,6%	43,9%	26,0%	77,4%	29,1%	43,7%
No sabe	3,1%	3,3%	---	---	---	---



Una percepción de discriminación más generalizada, en diversos órdenes, incluso el familiar

* Se leyeron las opciones de respuesta. Posible respuesta múltiple.



4.

“La situación económica de los jóvenes”

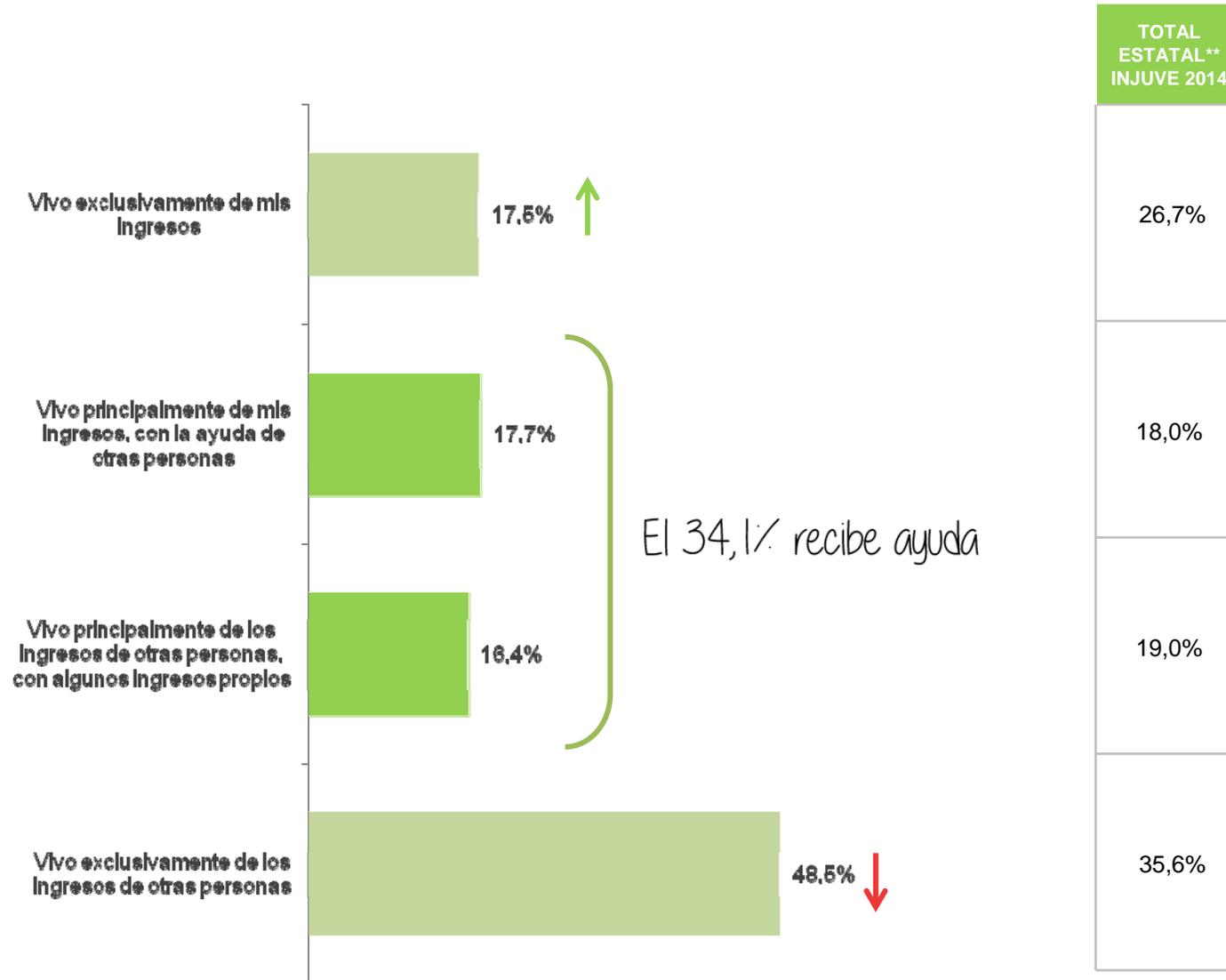
4.1.

“Situación económica”

- ✓ Cerca de la mitad de los jóvenes entrevistados, el 48,5% depende económicamente en la actualidad de los ingresos de otras personas. Dato que alcanza el 85,4%, cuando nos referimos a los menores de 20 años.
- ✓ Sobre el total, los que pueden vivir exclusivamente de sus ingresos son el 17,5%, si bien en el cohorte de edad entre los 25 y 30 años, constituyen cuatro de cada diez (el 39,7%). El sustento principal, los ingresos que permiten su independencia provienen principalmente de su trabajo.
- ✓ Por otra parte, algo más de uno de cada tres jóvenes navarros, el 34,1% recibe ayuda de otras personas, aunque disponga de algún ingreso propio.
- ✓ La figura paterna es la que proporciona para la practica totalidad el respaldo económico necesario a los jóvenes que bien reciben ayuda o dependen completamente de ingresos ajenos.
- ✓ De forma comparativa con los resultados estatales de 2014 Injuve, el volumen de jóvenes que señala vivir exclusivamente de sus ingresos desciende en 9,2 puntos porcentuales en el caso de navarra, creciendo significativamente el de los que manifiestan depender económicamente de otras personas.

P.12.: ¿En cual de estas situaciones te encuentras?*

Base: Total de entrevistados



Se leyeron las alternativas de respuesta. Sólo se admitió una respuesta.

** Fuente: Injuve 2014. Sondeo de opinión: jóvenes, ocio y consumo.

P.12.: ¿En cual de estas situaciones te encuentras?*

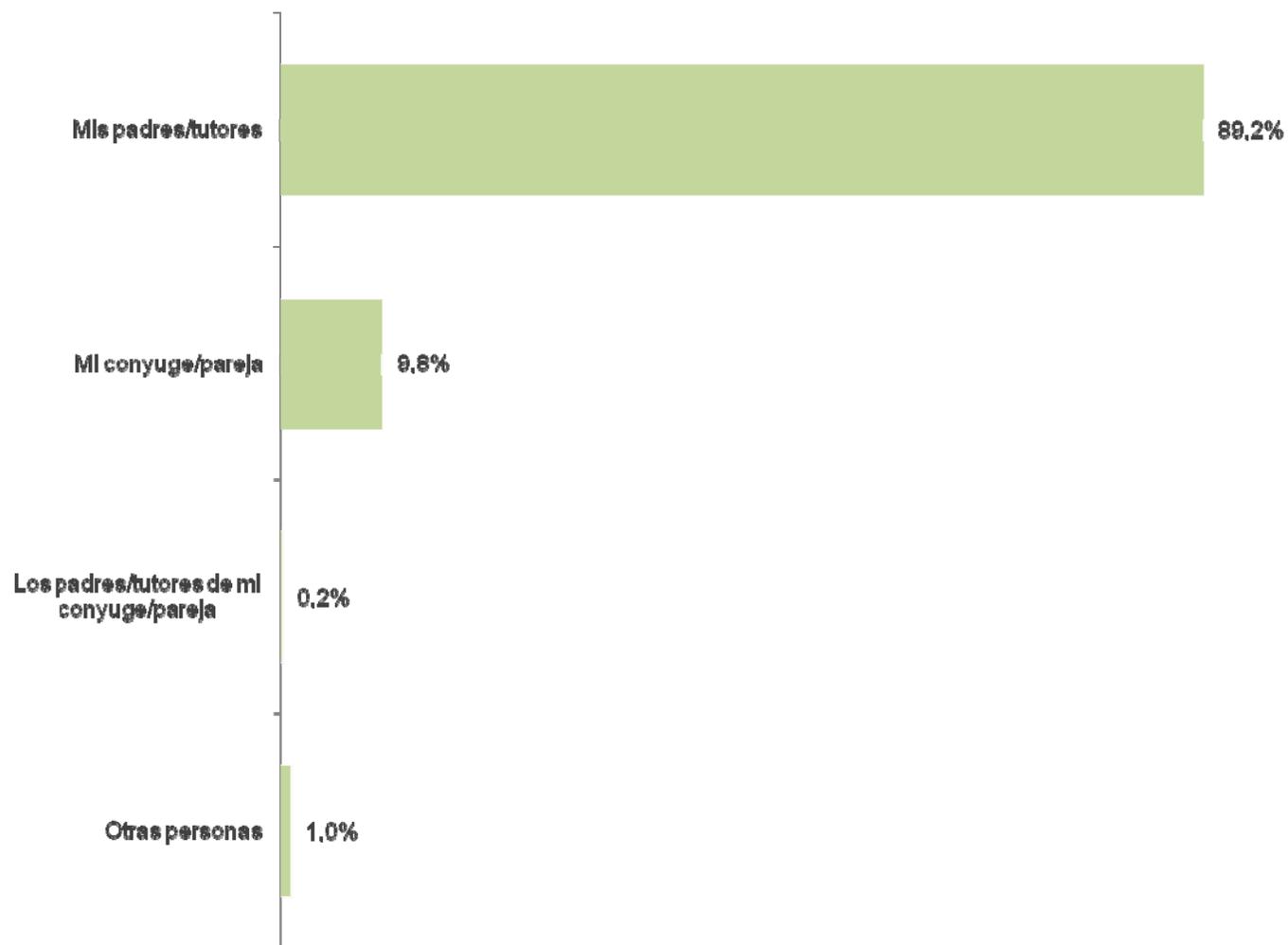
Base: Total de entrevistados

	GÉNERO		EDAD		
	Hombre (n = 254/213)	Mujer (n = 246/287)	De 15 a 19 años (n = 157/166)	De 20 a 24 años (n = 160/143)	De 25 a 30 años (n = 184/191)
Vivo exclusivamente de mis ingresos	17,5%	17,4%	2,7%	6,4%	39,7%
Vivo principalmente de mis ingresos, con la ayuda de otras personas	18,6%	16,7%	1,1%	11,9%	36,8%
Vivo principalmente de los ingresos de otras personas, con algunos ingresos propios	16,6%	16,2%	10,7%	23,7%	14,8%
Vivo exclusivamente de los ingresos de otras personas	47,3%	49,6%	85,4%	58,0%	8,7%

* Se leyeron las alternativas de respuesta. Sólo se admitió una respuesta.

P.13.: ¿Las personas de las que vives o que te ayudan económicamente son...?*

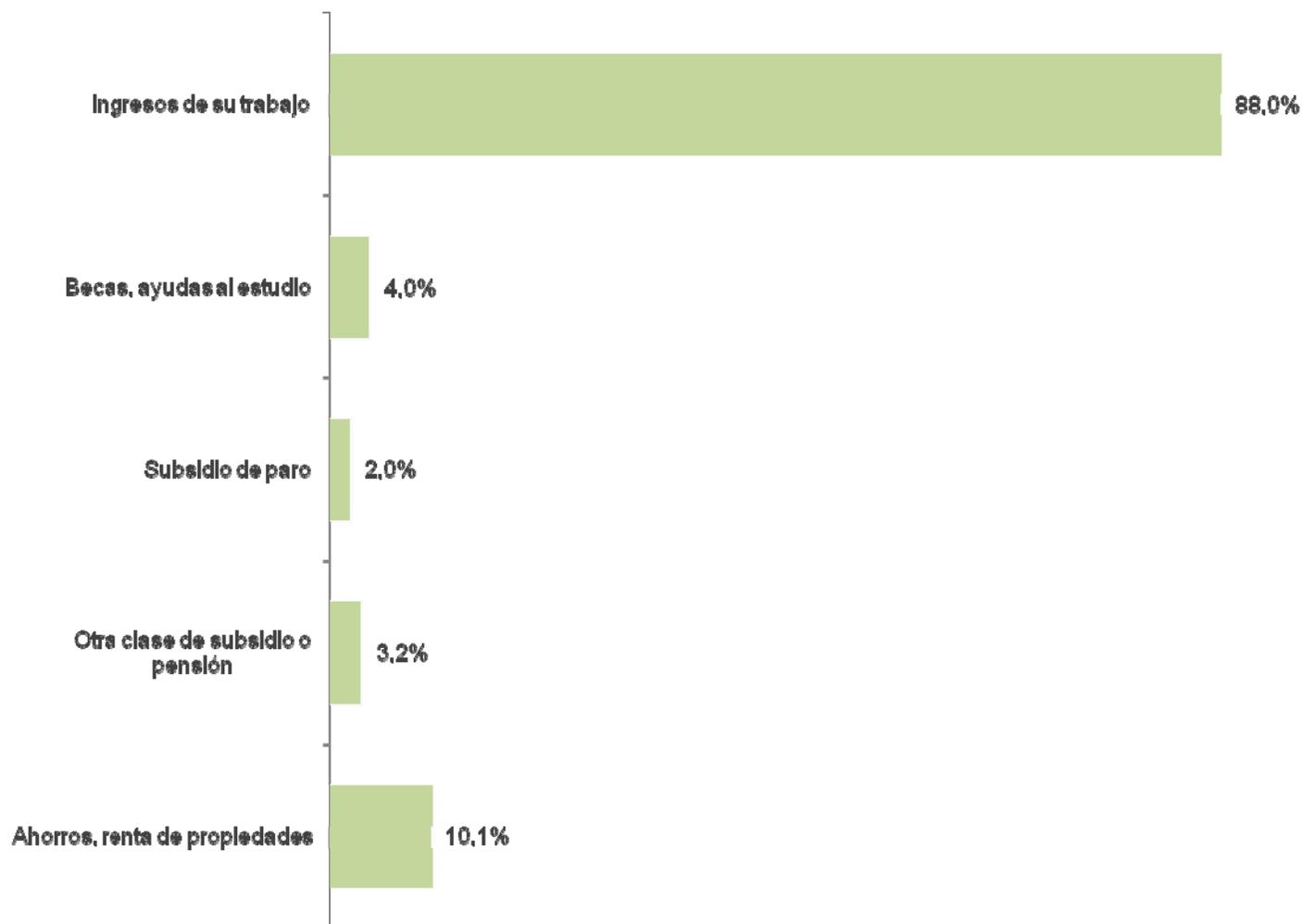
Base: 413 entrevistados que reciben ayuda



* Se leyeron las alternativas de respuesta. Posible respuesta múltiple.

P.14.: ¿Qué clase de ingresos propios tienes?*

Base: 258 total de entrevistados que dispone de ingresos propios

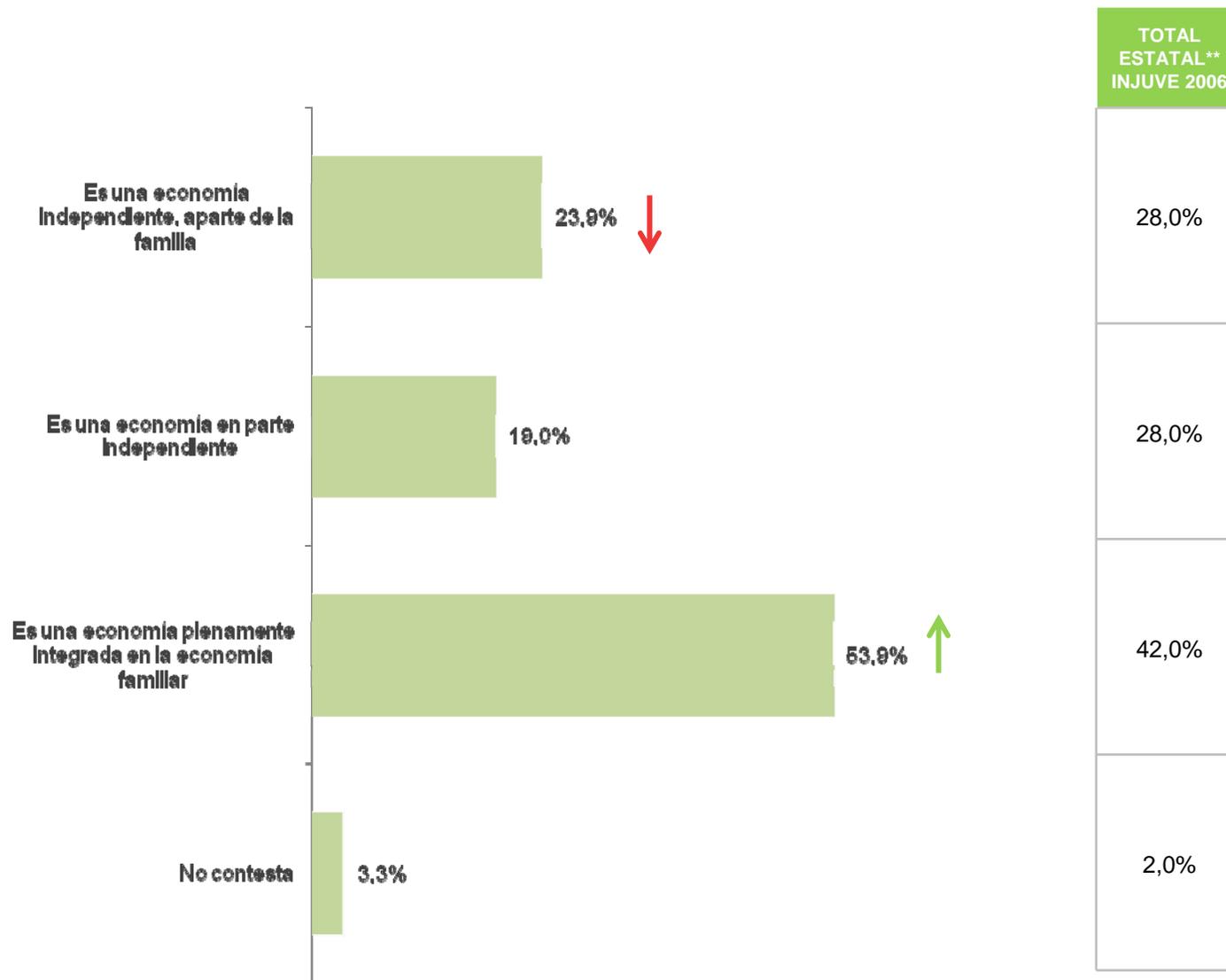


* Se leyeron las alternativas de respuesta. Posible respuesta múltiple.

- ✓ Hoy por hoy la mayoría de los jóvenes navarros entre los 15 y 30 años, el 53,9%, tiene una situación económica plenamente integrada en la economía familiar. La gran mayoría por otra parte, entre los entrevistados más jóvenes.
- ✓ Son cerca de uno de cada cuatro, el 23,9%, los que manifiestan gozar de una economía independiente de su entorno familiar. En el cohorte de edad de 25 a 30 años, quienes administran su economía de forma independiente, alcanzan al 55,2%, mientras que un 24,5% lo califica como independiente “en parte”.

P.15.: ¿De cuál de estos tipos es tu economía actualmente?*

Base: Total de entrevistados

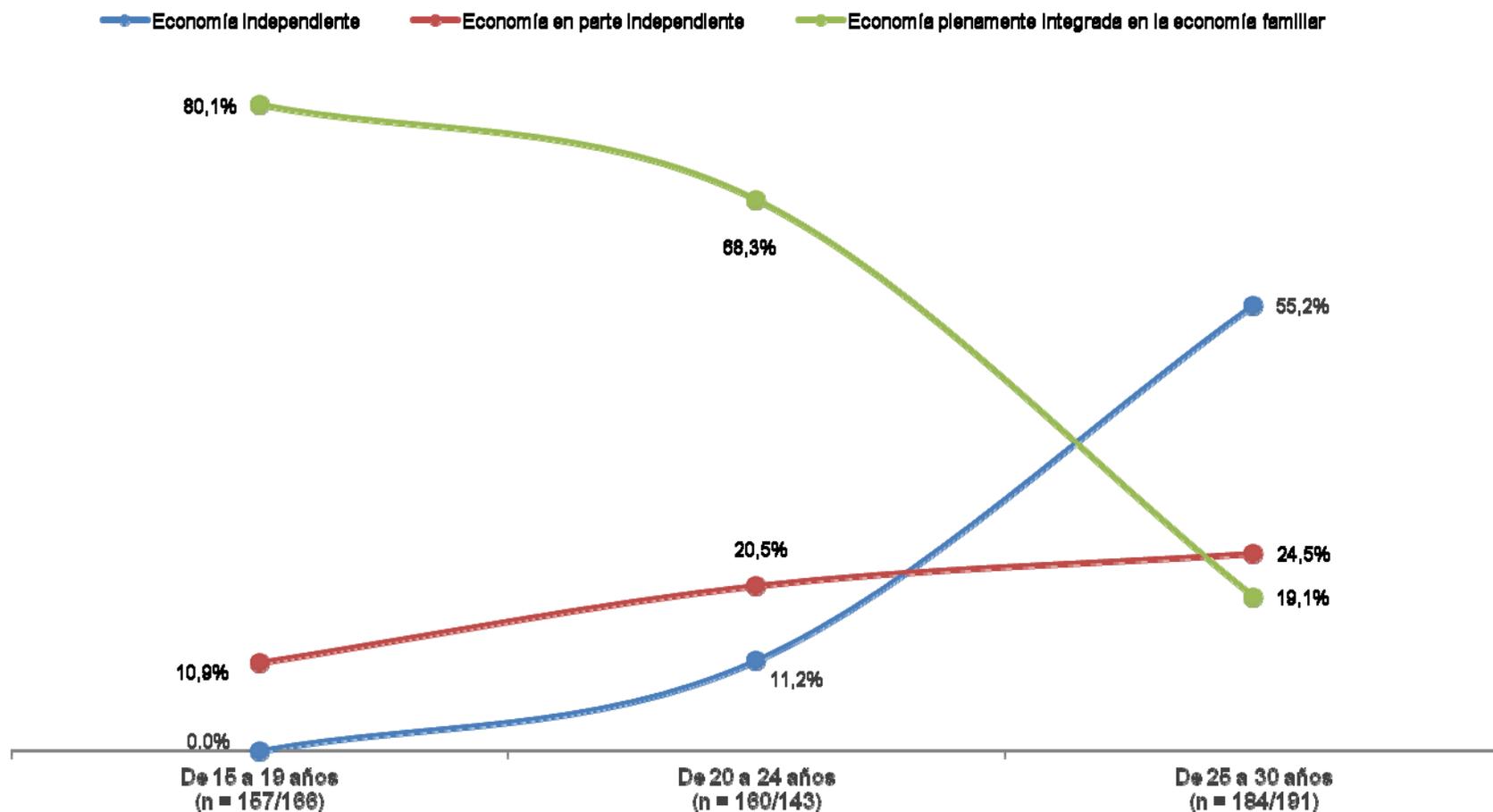


* Se leyeron las alternativas de respuesta. Solo se admitió una.

P.15.: ¿De cuál de estos tipos es tu economía actualmente?

Base: Total de entrevistados

Según grupo de edad



P.15.: ¿De cuál de estos tipos es tu economía actualmente?

Base: Total de entrevistados

	TOTAL (n = 500)	FORMA DE VIDA		
		Domicilio familia de origen (n = 363/355)	Hogar propio (n = 101/115)	Compartiendo vivienda (n = 30/26)
Es una economía independiente, aparte de la familia	23,9%	6,5%	82,0%	30,3%
Es una economía en parte independiente	19,0%	23,8%	7,6%	1,9%
Es una economía plenamente integrada en la economía familiar	53,9%	65,6%	9,4%	65,7%
No contesta	3,3%	4,1%	0,9%	2,1%

* Se leyeron las alternativas de respuesta. Sólo se admitió una respuesta.

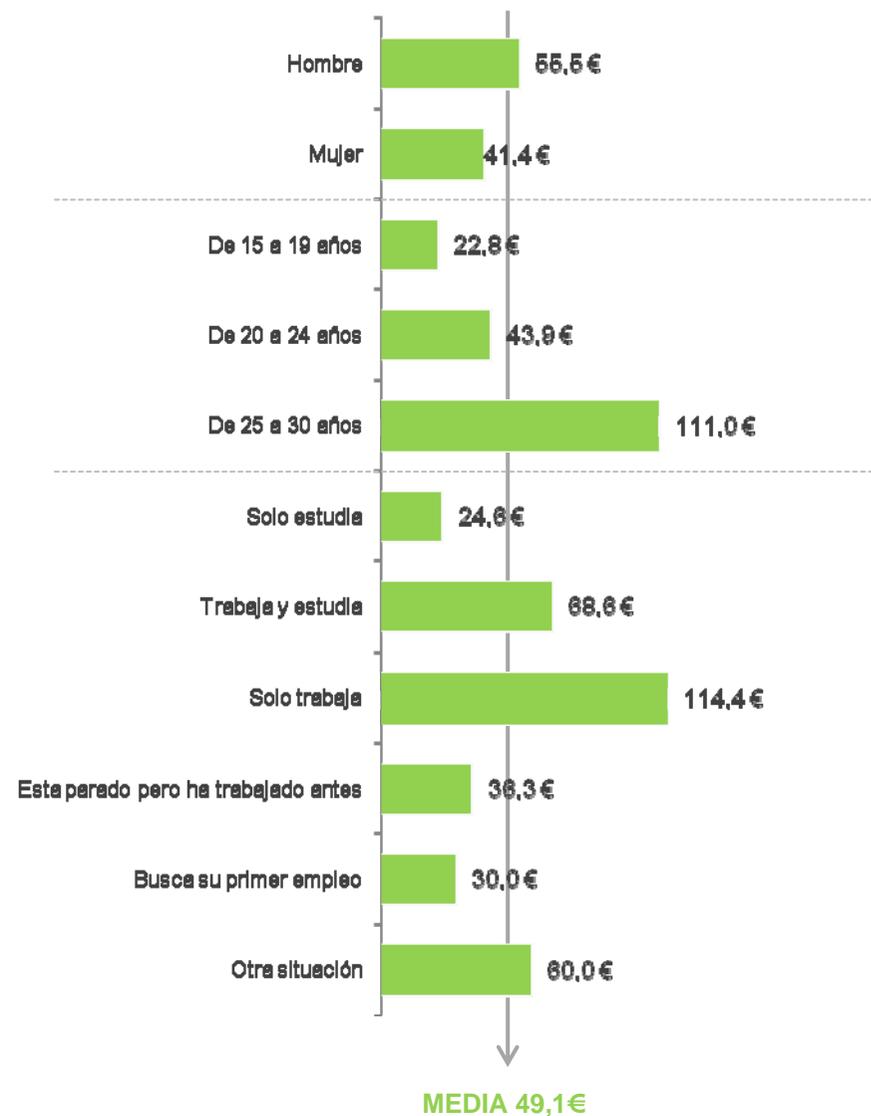
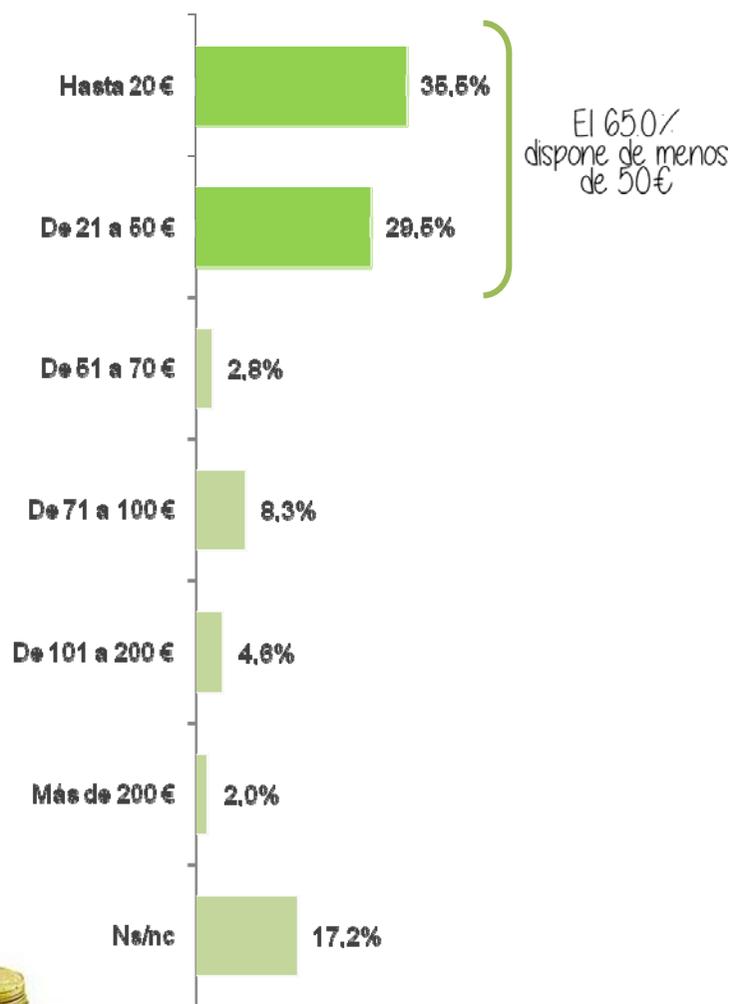
4.2.

***“Cuantías administradas;
partida mensual”***

- ✓ Los jóvenes navarros que no disponen de una economía independiente, administran de forma semanal para gastos menores una media de 49,1€. Esta cifra no supera los 23 € en el caso de los más jóvenes, entre 15 y 19 años, llegando a los 111€, a partir de los 25 años.
- ✓ Por otro lado, los jóvenes que administran su propia economía, aún que sea en parte, manejan una partida media mensual de 969,4€. Son los estudiantes quienes administran cuantías inferiores a los 300€, mientras que los laboralmente activos superan los 1.000€.

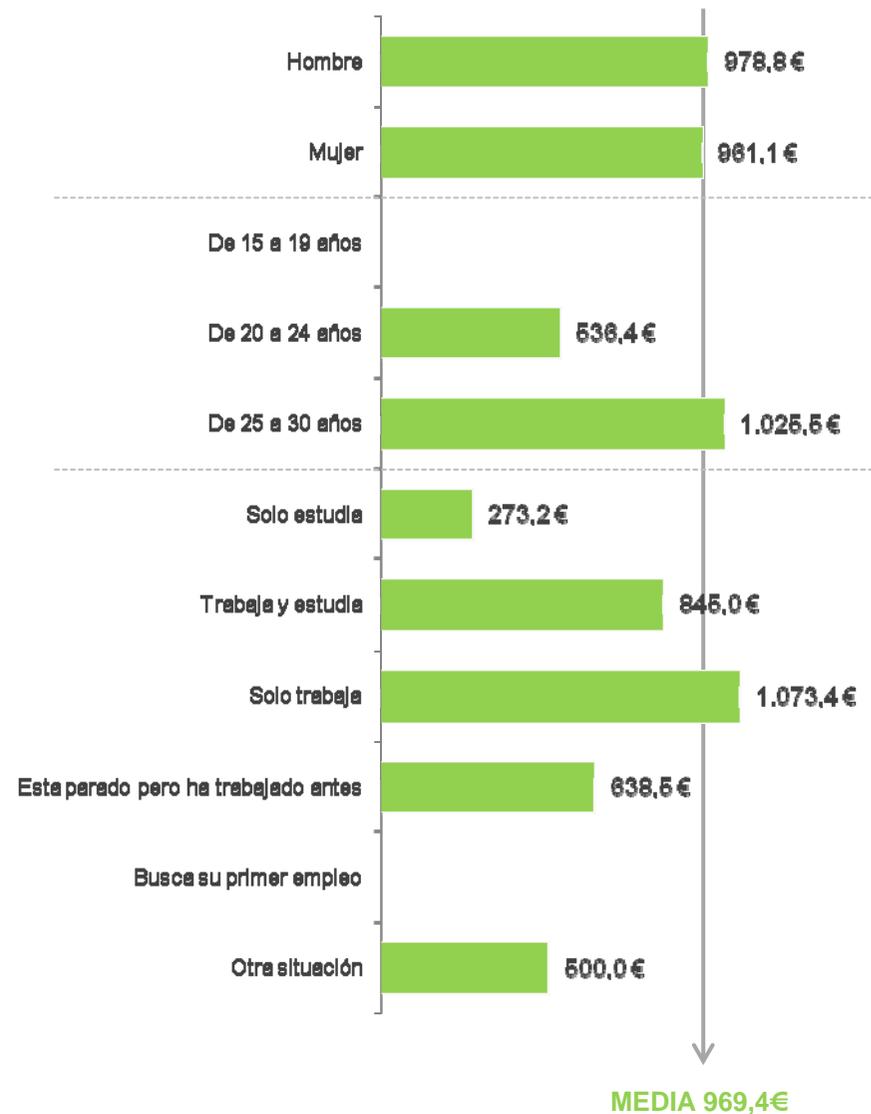
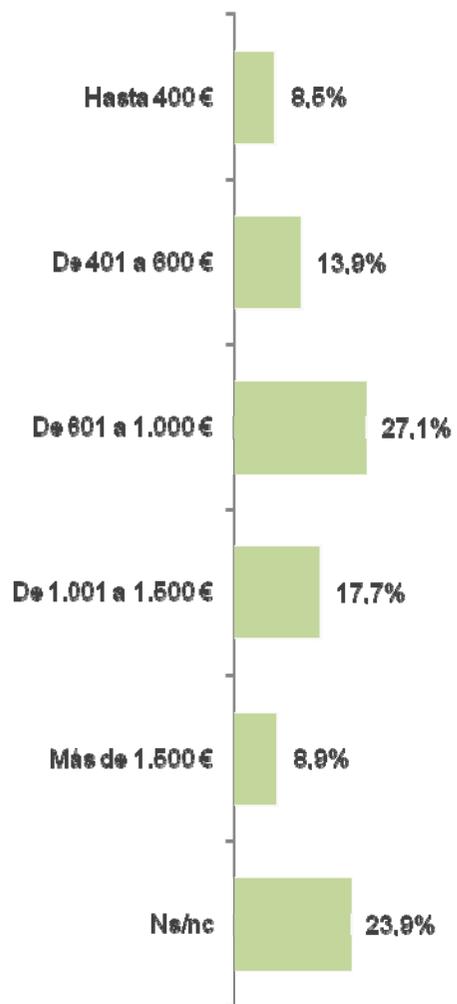
P.16.: Cuantía semanal disponible

Base: 361 total de entrevistados que administra sus gastos, no siendo una economía independiente



P.17.: Cuantía mensual disponible para gastos

Base: 123 total de entrevistados que tiene una economía independiente

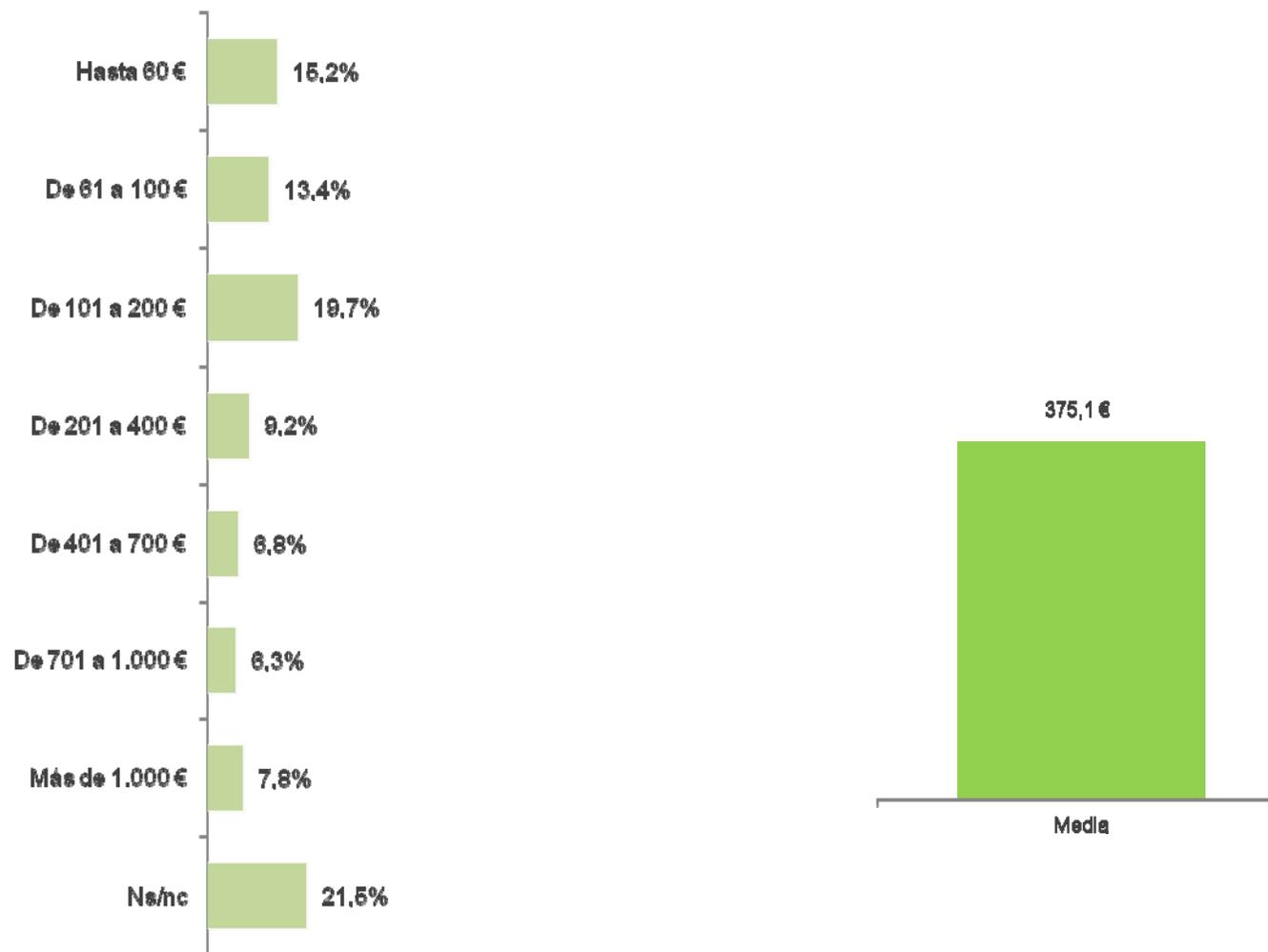


- ✓ Las diferentes variables que integran el cuestionario nos permiten abordar el concepto de “Partida Administrada total” por los jóvenes navarros. Esta partida disponible se calcula de la siguiente forma:
 - ✓ La cuantía disponible semanalmente para gastos que los jóvenes deciden y administran cuando dependen económicamente de otros (P.16). Esta cantidad ha sido multiplicada por cuatro para dar como resultado un cómputo mensual.
 - ✓ La cantidad mensual de los jóvenes que administran sus gastos por su cuenta, incluyendo vivienda o alimentación (P.17).
- ✓ El sumatorio de ambas cantidades da como resultado la nueva variable llamada “Partida Administrada total”.

- ✓ La cuantía administrada mensualmente por los jóvenes navarros se cifra en 375,1 euros de media. Entre los jóvenes de mayor edad, de 25 a 30 años, la partida presupuestaria que administran mensualmente se eleva por encima de los 700 euros de media.
- ✓ Por otra parte, la situación personal de los jóvenes determina la cuantía general a gestionar obteniendo una banda que discurre desde el mínimo de 101 euros en el caso de los jóvenes que estudian, a los 806,8 euros de media de los que se han incorporado al mercado laboral.

Partida administrada mensualmente

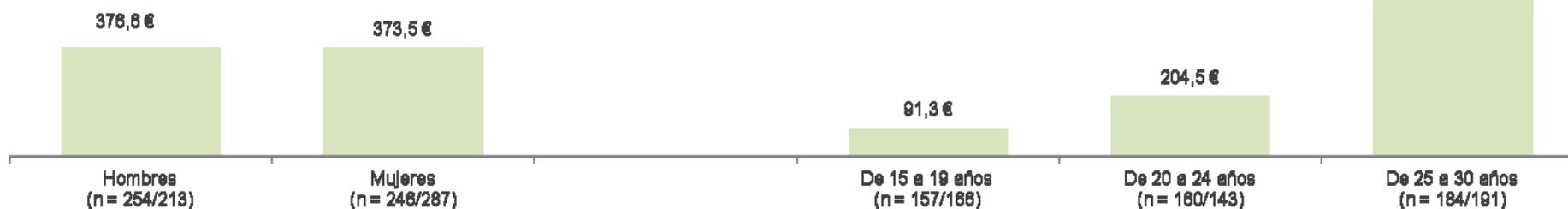
Base: Total de entrevistados



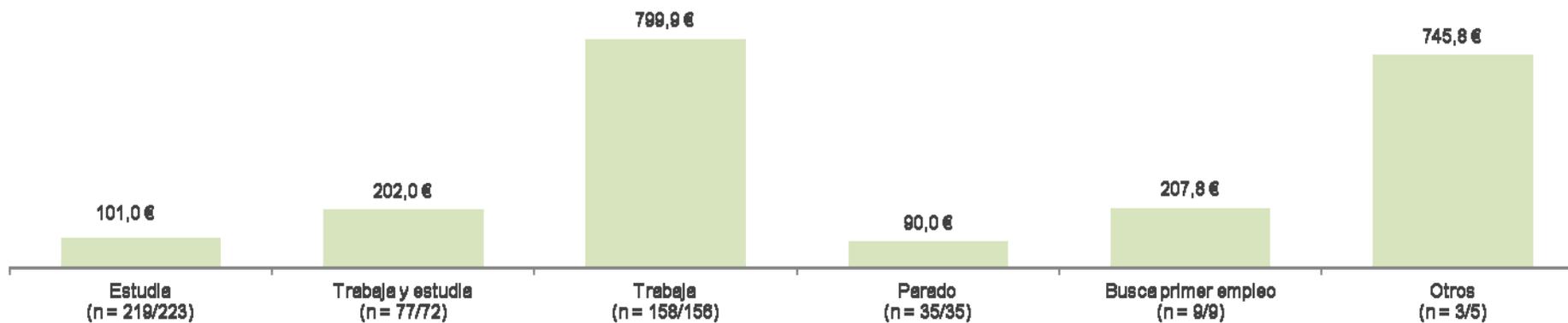
Partida administrada mensualmente

Base: Total de entrevistados

Género



Ocupación





5.

“Los jóvenes y el consumo de ocio”

5.1.

***“El consumo de tiempo libre:
el ocio”***

- ✓ Entre las principales actividades de ocio de los jóvenes navarros se encuentran:
 - ✓ La práctica deportiva: 82,4%
 - ✓ Descansar, no hacer nada: 78,9%
- ✓ También son mayoría los jóvenes que utilizan su tiempo de ocio para oír la radio (74,2%), leer libros (66,9%), periódicos (65,6%), ir al cine (59,4%) o viajar (55,5%).
- ✓ Más minoritarias son otras actividades como ir al teatro (19,6%), ir al museo o visitar exposiciones culturales (26,4%), o jugar a la videoconsola (30,7%).
- ✓ Por otra parte, el empleo del tiempo de ocio en actividades culturales se incrementa en los cohortes de edad superiores, mientras que la práctica deportiva está más presente entre los menores de 20 años.
- ✓ Salir a beber o ir de copas se convierte en una actividad de ocio para la mayoría a partir de los 20 años. No obstante, uno de cada tres jóvenes entre los 15 y 19 años (el 31,7%) ya ha incorporado esta actividad a sus rutinas de ocio.

**P.18.: ¿De las siguientes actividades de tiempo libre,
¿cuál, cuáles practicas habitualmente?***

Base: Total de entrevistados

	TOTAL (n = 500)	GÉNERO		EDAD		
		Hombre (n = 254/213)	Mujer (n = 246/287)	De 15 a 19 años (n = 157/166)	De 20 a 24 años (n = 160/143)	De 25 a 30 años (n = 184/191)
Beber, ir de copas	45,8%	49,3%	42,2%	31,7%	53,9%	50,9%
Ir a discotecas, bailar	37,3%	35,2%	39,6%	38,7%	49,7%	25,5%
Hacer deporte	82,4%	86,0%	78,7%	89,9%	79,0%	78,9%
Asistir a competiciones deportivas	38,5%	53,2%	23,3%	45,4%	33,7%	36,7%
Viajar	55,5%	50,4%	60,8%	54,6%	49,8%	61,3%
Ir al cine	59,4%	58,8%	60,0%	64,5%	52,1%	61,4%
Ir al teatro	19,6%	17,0%	22,4%	16,3%	15,6%	26,0%
Ir a conciertos	48,5%	51,1%	45,8%	47,9%	51,7%	46,1%
Ir a museos, exposiciones	26,4%	26,4%	26,5%	23,3%	20,2%	34,5%
Leer libros	66,9%	61,5%	72,6%	65,0%	65,1%	70,2%
Leer periódicos	65,6%	70,8%	60,4%	53,1%	66,5%	75,6%
Oír la radio	74,2%	72,5%	75,8%	76,6%	67,8%	77,6%
Jugar con videojuegos	30,7%	45,0%	16,0%	42,4%	29,3%	22,1%
Descansar, no hacer nada	78,9%	77,6%	80,3%	83,2%	77,8%	76,2%

 Ratios por encima del 75% de menciones

 Ratios por debajo del 40% de menciones

* Se sugieren las actividades de tiempo libre. Posibilidad de respuesta múltiple.

**P.18.: ¿De las siguientes actividades de tiempo libre,
¿cuál, cuáles practicas habitualmente?***

Base: Total de entrevistados

	TOTAL (n = 500)	TIPO DE ENTORNO	
		Entorno Urbano (n = 284/262)	Entorno Rural (n = 216/238)
Beber, ir de copas	45,8%	45,1%	46,7%
Ir a discotecas, bailar	37,3%	33,7%	42,1%
Hacer deporte	82,4%	83,2%	81,3%
Asistir a competiciones deportivas	38,5%	34,4%	43,8%
Viajar	55,5%	53,4%	58,3%
Ir al cine	59,4%	60,5%	57,9%
Ir al teatro	19,6%	21,4%	17,3%
Ir a conciertos	48,5%	46,0%	51,7%
Ir a museos, exposiciones	26,4%	28,4%	23,8%
Leer libros	66,9%	65,2%	69,3%
Leer periódicos	65,6%	68,8%	61,4%
Oír la radio	74,2%	74,3%	74,0%
Jugar con videojuegos	30,7%	30,3%	31,4%
Descansar, no hacer nada	78,9%	78,3%	79,7%

 Ratios por encima del 75% de menciones

 Ratios por debajo del 40% de menciones

* Se sugieren las actividades de tiempo libre. Posibilidad de respuesta múltiple.

- ✓ La comparativa con la media estatal de Injuve 2014 nos permite apreciar algunas diferencias a tener en cuenta:
 - ✓ Es superior el consumo de los jóvenes navarros en la lectura de periódicos, la asistencia a instalaciones deportivas, los conciertos o escuchar la radio, entre otras actividades para el tiempo libre.
 - ✓ Por otro lado, videojuegos, viajar e ir al cine y teatro son menos contemplados como actividades de ocio por la juventud navarra.

P.18.: ¿De las siguientes actividades de tiempo libre, ¿cuál, cuáles practicas habitualmente?*

Base: Total de entrevistados

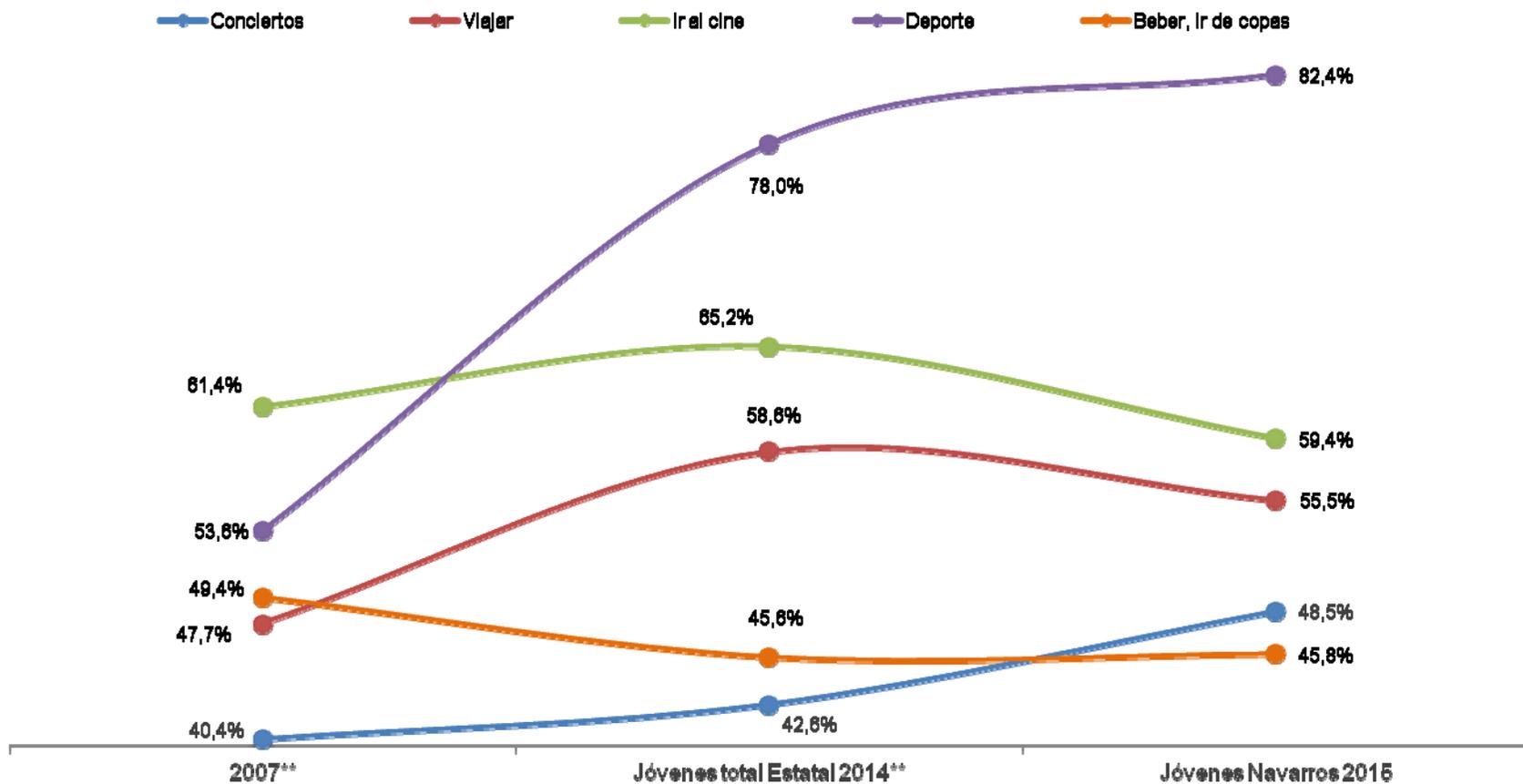
	TOTAL (n = 500)	TOTAL ESTATAL ** 2014	DIFERENCIAL
Beber, ir de copas	45,8%	45,6%	0,2%
Ir a discotecas, bailar	37,3%	38,2%	-0,9%
Hacer deporte	82,4%	78,0%	4,4%
Asistir a competiciones deportivas	38,5%	29,5%	9,0%
Viajar	55,5%	58,6%	-3,1%
Ir al cine	59,4%	65,2%	-5,8%
Ir al teatro	19,6%	26,7%	-7,1%
Ir a conciertos	48,5%	42,6%	5,9%
Ir a museos, exposiciones	26,4%	27,5%	-1,1%
Leer libros	66,9%	67,4%	-0,4%
Leer periódicos	65,6%	55,7%	10,0%
Oír la radio	74,2%	68,5%	5,7%
Jugar con videojuegos	30,7%	35,2%	-4,5%
Descansar, no hacer nada	78,9%	74,2%	4,7%

* Se sugieren las actividades de tiempo libre. Posibilidad de respuesta múltiple.

** Fuente: Injuve 2014. Sondeo de opinión: jóvenes, ocio y consumo.

P.18.: Evolución comparada con el total estatal en consumo de ocio*

Base: Total de entrevistados



* Se sugieren las actividades de tiempo libre. Posibilidad de respuesta múltiple.

** Fuente: Injuve 2014. Sondeo de opinión: jóvenes, ocio y consumo.

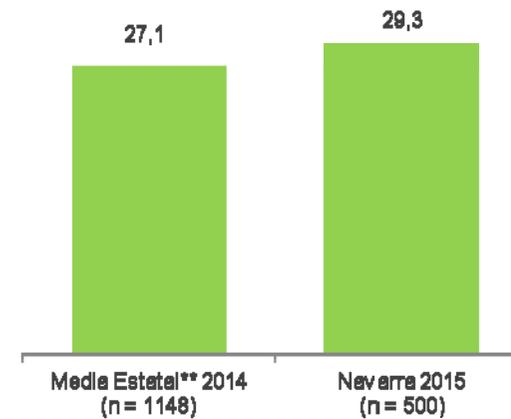
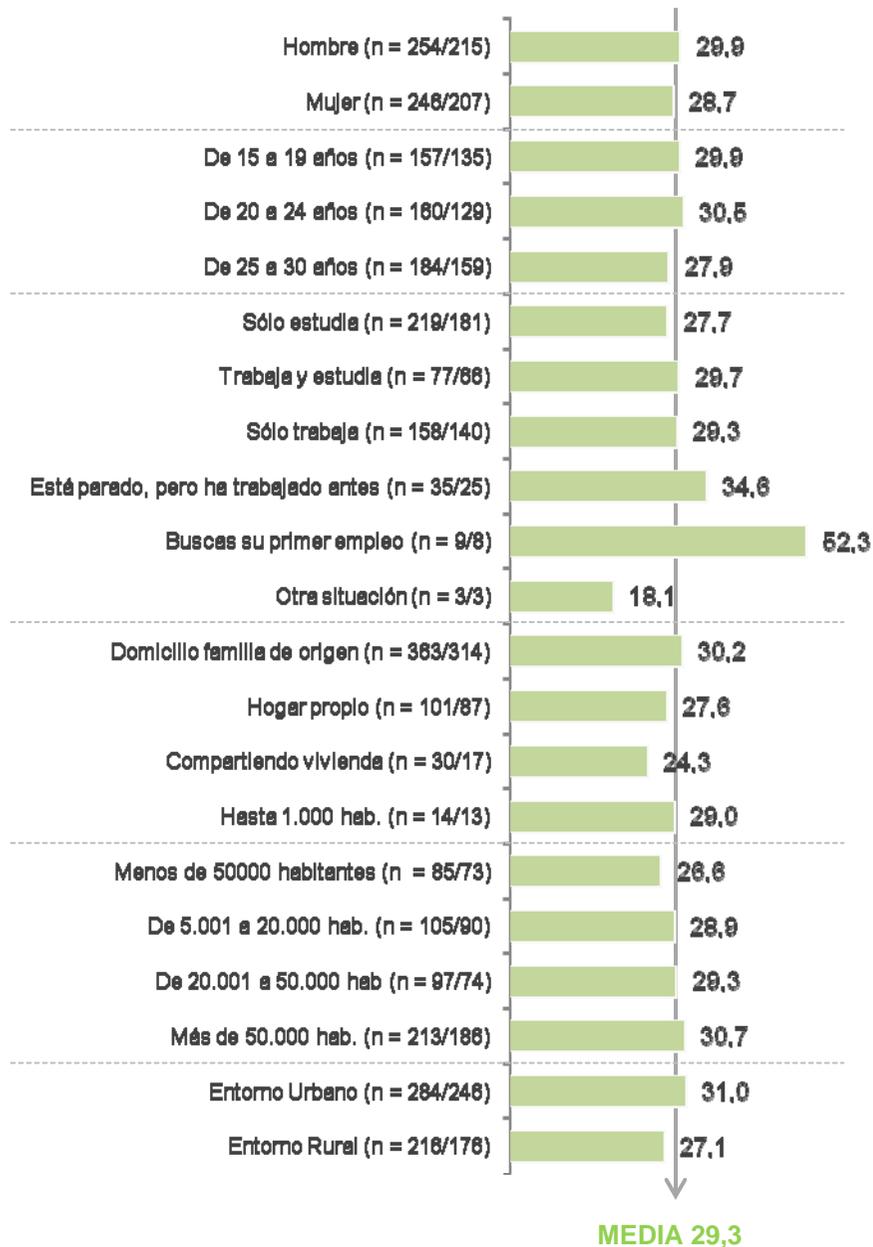
5.2.

“Las oportunidades de ocio”

- ✓ La juventud entre 15 y 30 años dice disponer de una media de 29 horas semanales libres dedicadas al ocio y diversión. No se aprecian grandes diferencias en relación al tiempo libre en función de variables como la edad, género, nivel de hábitat... salvo las que tienen que ver con la dedicación u ocupación.
- ✓ Así, son los jóvenes que actualmente se encuentran en la búsqueda de su primer empleo, los que manifiestan disponer de mayor número de horas para su ocio, especialmente frente a los que se encuentran estudiando.
- ✓ De forma comparativa con los resultados estatales, los jóvenes navarros disponen de mayor número de horas dedicadas al ocio; 2,2 horas menos a la semana.

P.19.: Media de horas semanales libres para el ocio y diversión

Base: Total de entrevistados

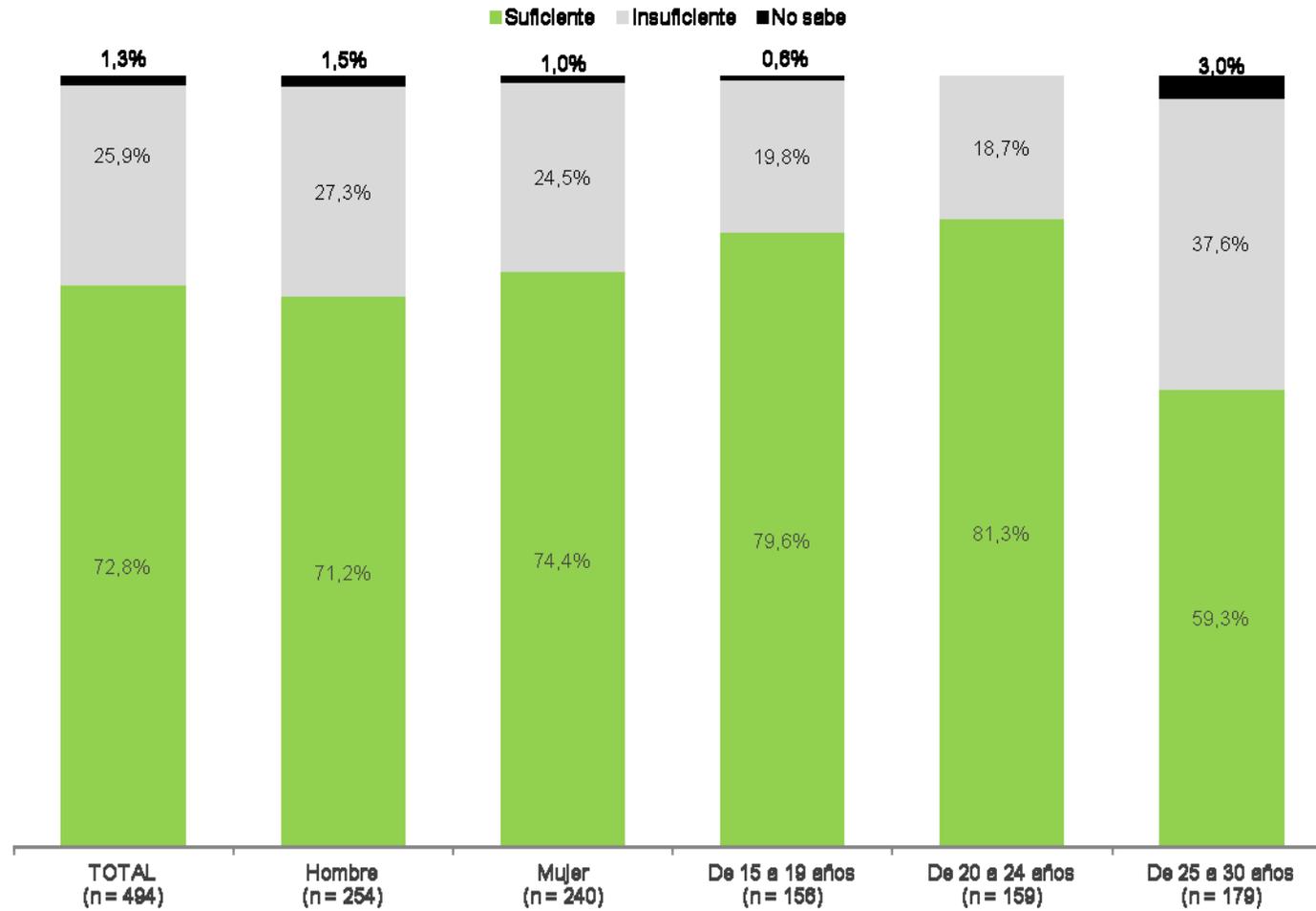


** Fuente: Injuve 2014. Sondeo de opinión: jóvenes, ocio y consumo.

- ✓ Para siete de cada diez jóvenes navarros el tiempo semanal disponible para actividades de ocio parece suficiente (el 72,8%). No obstante, hay un 25,9% de entrevistados que demanda mayor espacio semanal para el esparcimiento.
- ✓ El perfil del joven que considera que su tiempo es insuficiente se ajusta a las siguientes características:
 - ✓ Los jóvenes con edades comprendidas entre los 25 y 30 años (37,6%).
 - ✓ Quienes están incorporados al mundo laboral (38,9%) o compatibilizan trabajo y estudios (35,5%).
 - ✓ Los jóvenes que se han independizado y viven en su propio hogar (39,0%).
- ✓ Respecto a la media estatal de 2014, los jóvenes navarros se muestran en mayor grado conformes con el tiempo semanal disponible para su ocio; 8,6 puntos porcentuales más en términos de satisfacción.

P.20.: En general, ¿consideran suficiente o insuficiente ese número de horas libres a la semana para el ocio y diversión?

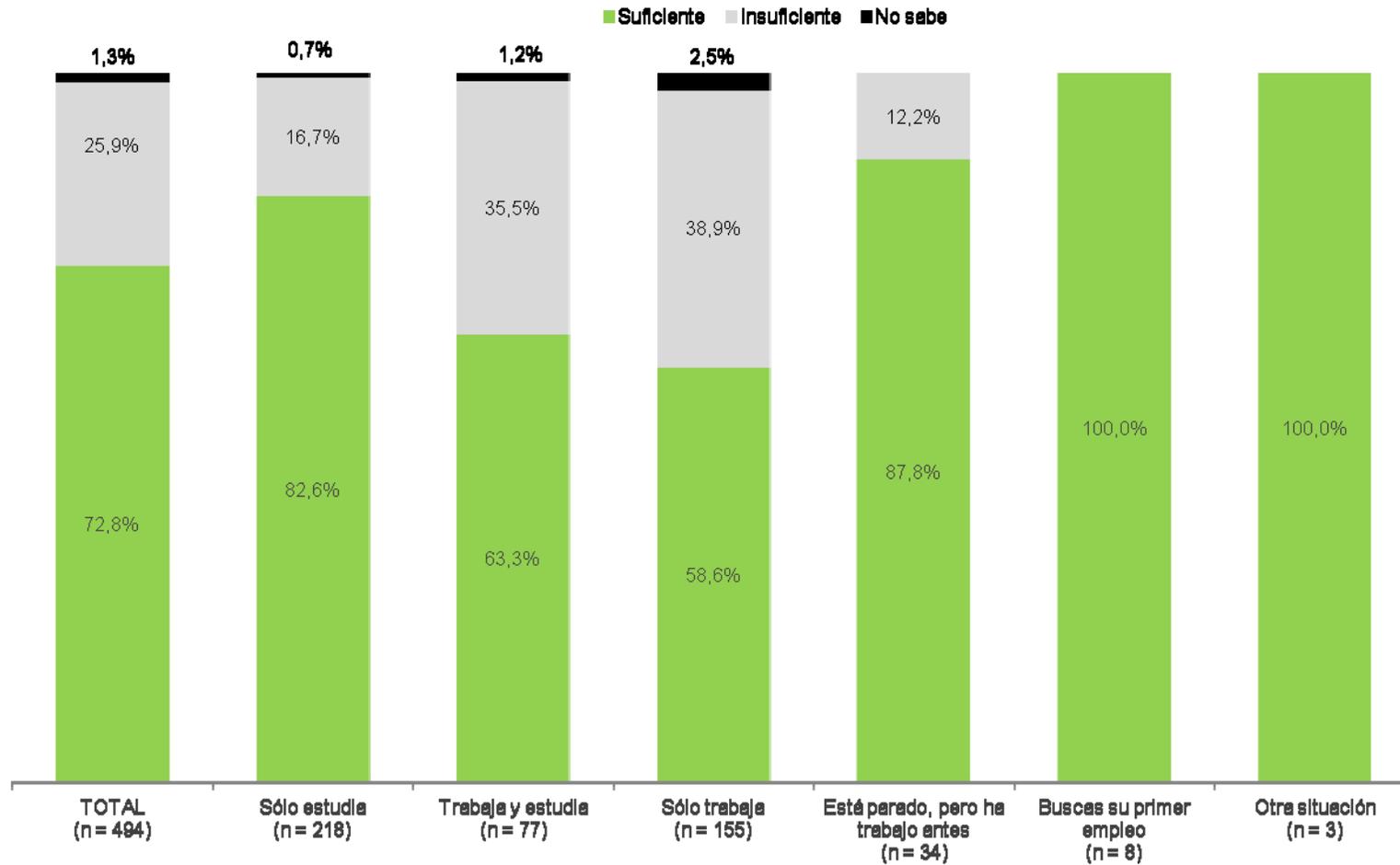
Base: 494 entrevistados que dicen disponer de horas libres a la semana



* Se leyeron las opciones de respuesta. Solo se admitió una.

P.20.: En general, ¿consideran suficiente o insuficiente ese número de horas libres a la semana para el ocio y diversión?

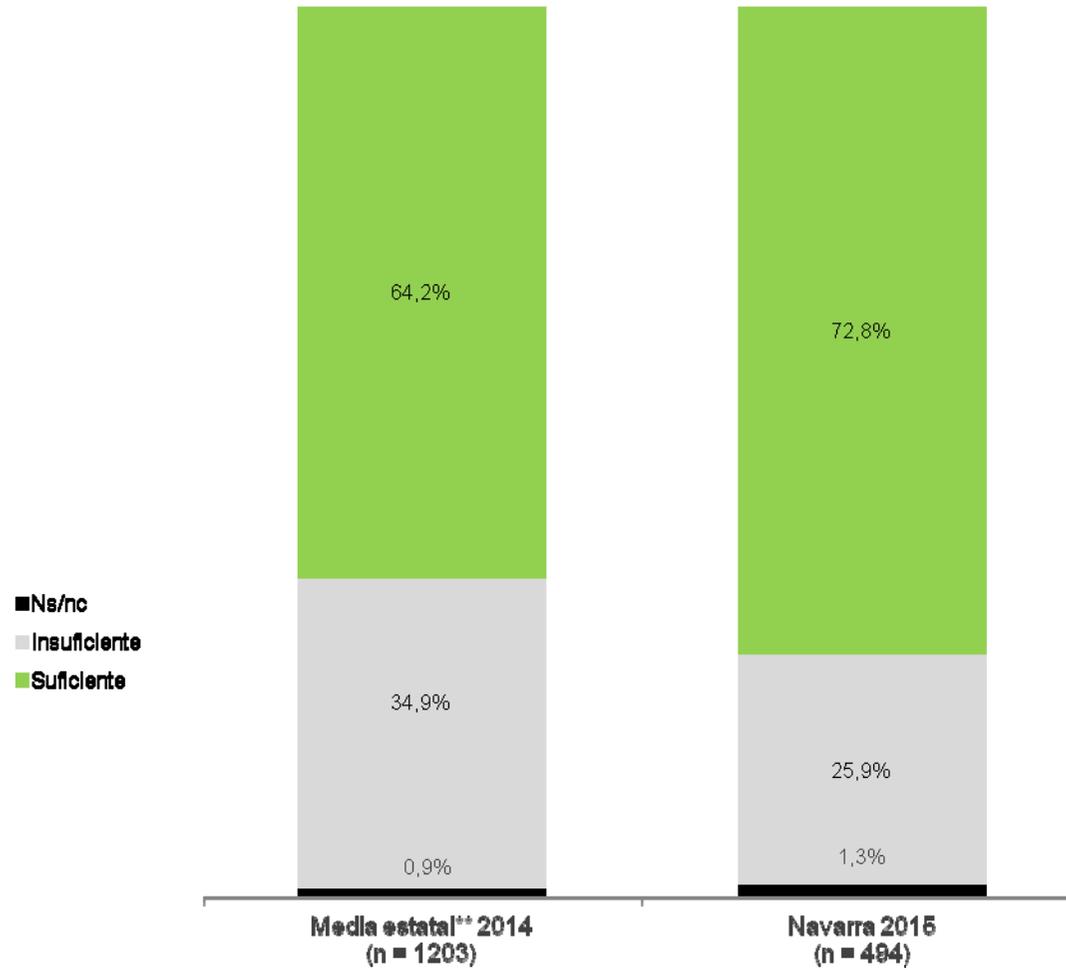
Base: 494 entrevistados que dicen disponer de horas libres a la semana



* Se leyeron las opciones de respuesta. Solo se admitió una.

P.20.: Comparativa de la percepción del número de horas semanales libres para ocio y diversión*

Base: Entrevistados que dicen disponer de horas libres a la semana



Se leyeron las opciones de respuesta. Solo se admitió una.

** Fuente: Injuve 2014. Sondeo de opinión: jóvenes, ocio y consumo.

5.3.

“Cuantías disponibles para el ocio”

- ✓ Las actividades de ocio más frecuentes entre los jóvenes navarros, es decir, las que se realizan para la mayoría con una cadencia semanal son:
 - ✓ Ir de bares/cafeterías: 71,6%
 - ✓ Utilizar las instalaciones deportivas: 50,5%
- ✓ A partir de ahí, también es frecuente como cita el 48,0% de los jóvenes, salir a comer fuera, del orden de una vez por semana.
- ✓ Entre las actividades de ocio menos frecuentes se encuentra la asistencia a salones de juego o recreativos, así como la práctica del botellón, ya que el 70,8% y 61,8% de los entrevistados respectivamente, dice no realizar nunca.
- ✓ Como tendencias destacables, citar que algunas actividades de ocio evolucionan con la edad:
 - ✓ Así, la practica del botellón, se concentra en las franjas de edad de 15 a 24 años, donde entorno a uno de cada cuatro consultados dice realizarlo al menos una vez al mes. A partir de los 25 años, desciende significativamente el número de entrevistados que lo practica.

- ✓ La practica deportiva ligada al uso de instalaciones, parece descender también a medida que se incrementa la edad, especialmente a partir de los 25 años.
- ✓ Los y las jóvenes navarras también dedican su tiempo de ocio de forma diferente. La práctica de deporte especialmente, está más presente en la agenda de los jóvenes navarros frente al colectivo femenino de la misma edad.

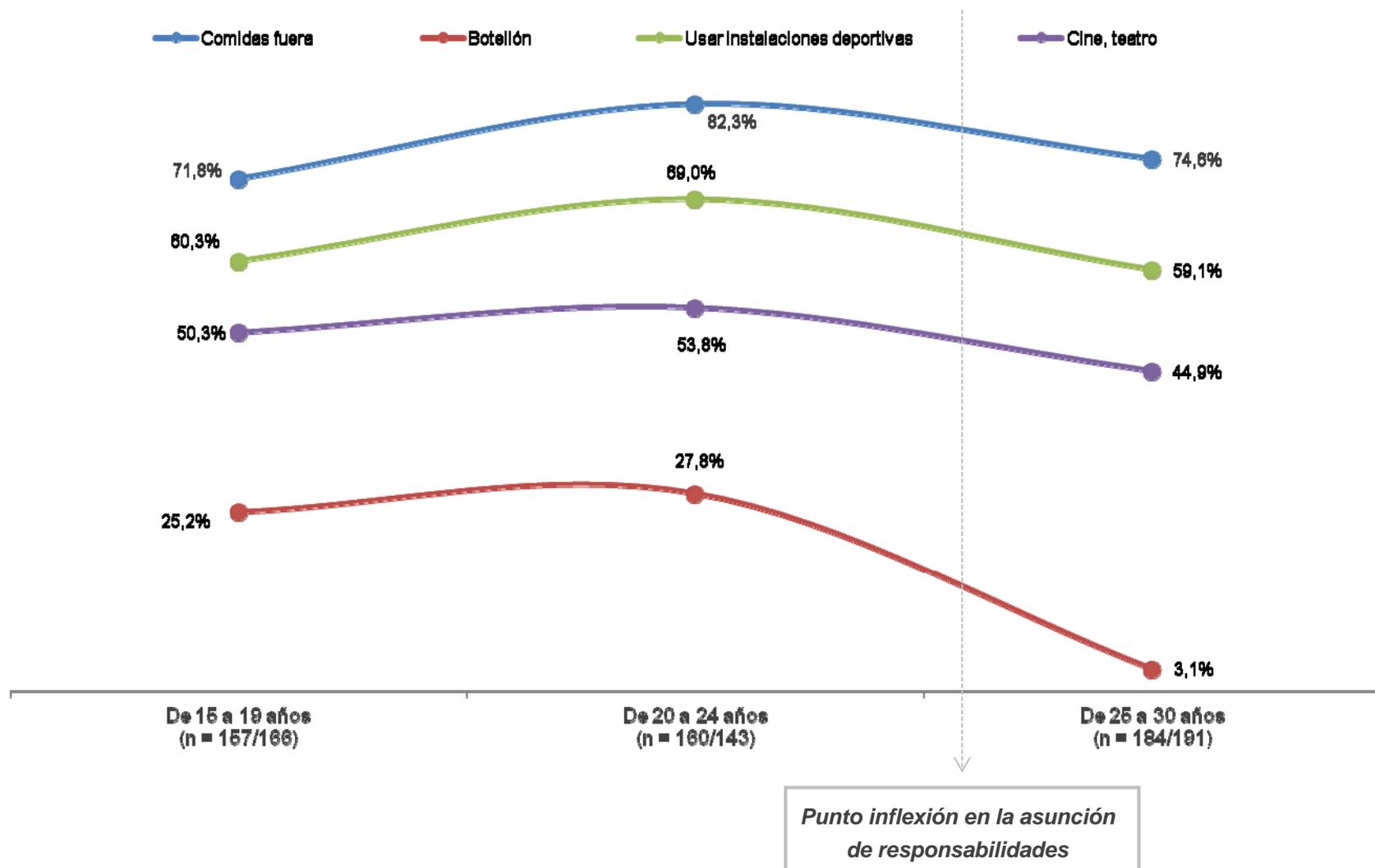
P.21.: Frecuencia de consumo de actividades de ocio
Base: Total de entrevistados

	A DIARIO	VARIAS VECES POR SEMANA	UNA VEZ POR SEMANA	UNA VEZ AL MES	MENOS DE UNA VEZ AL MES	NUNCA	NO SABE
Comidas fuera de casa	2,3%	9,3%	36,5%	28,2%	11,9%	12,0%	---
Ir de bares, cafeterías	4,3%	25,7%	41,6%	11,4%	7,6%	9,5%	---
Ir a discotecas, salas de baile	---	1,4%	13,6%	30,7%	23,3%	30,7%	0,2%
Hacer botellón	---	---	4,6%	13,3%	20,3%	61,8%	---
Ir al cine, teatro	---	0,8%	9,3%	39,4%	27,3%	23,2%	---
Asistir a espectáculos musicales, conciertos	---	0,4%	3,6%	21,5%	35,8%	38,5%	0,2%
Asistir a espectáculos deportivos	---	1,0%	12,2%	21,4%	25,8%	39,0%	0,6%
Usar instalaciones deportivas	9,4%	26,9%	14,2%	9,7%	15,1%	23,8%	0,9%
Ir a salas de juego, salones recreativos (billar)	---	0,5%	2,3%	5,6%	20,3%	70,8%	0,5%
Hacer excursiones, salidas de fin de semana	---	1,5%	14,6%	37,3%	23,9%	21,9%	0,8%

* Se sugirieron las partidas de gasto y la frecuencia de consumo.

P.21.: Frecuencia de consumo mensual de actividades de ocio en función del grupo de edad de los jóvenes navarros

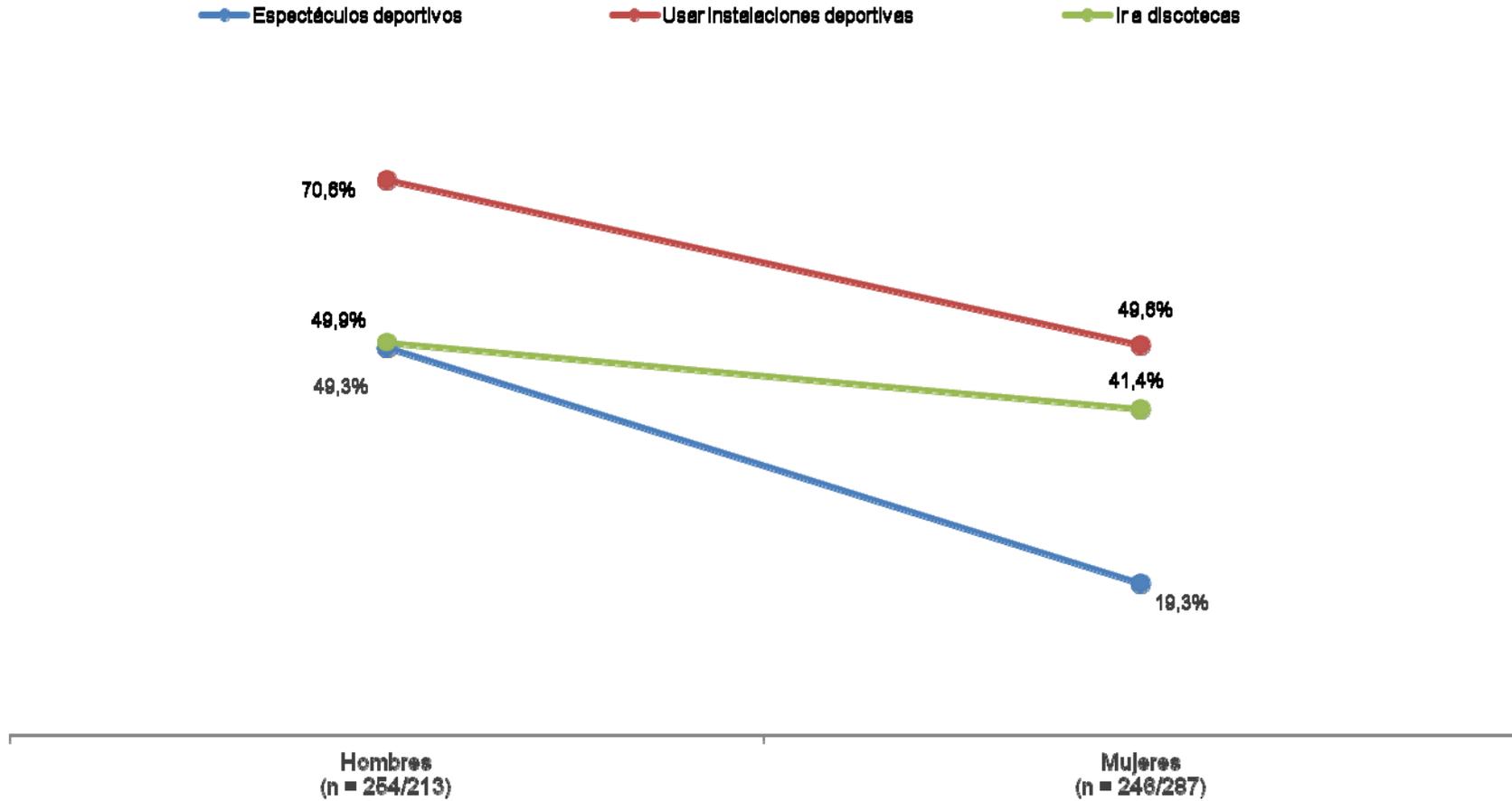
Base: Total de entrevistados



* Se sugirieron las partidas de gasto y la frecuencia de consumo.

P.21.: Frecuencia de consumo mensual de actividades de ocio en función del grupo de edad de los jóvenes navarros

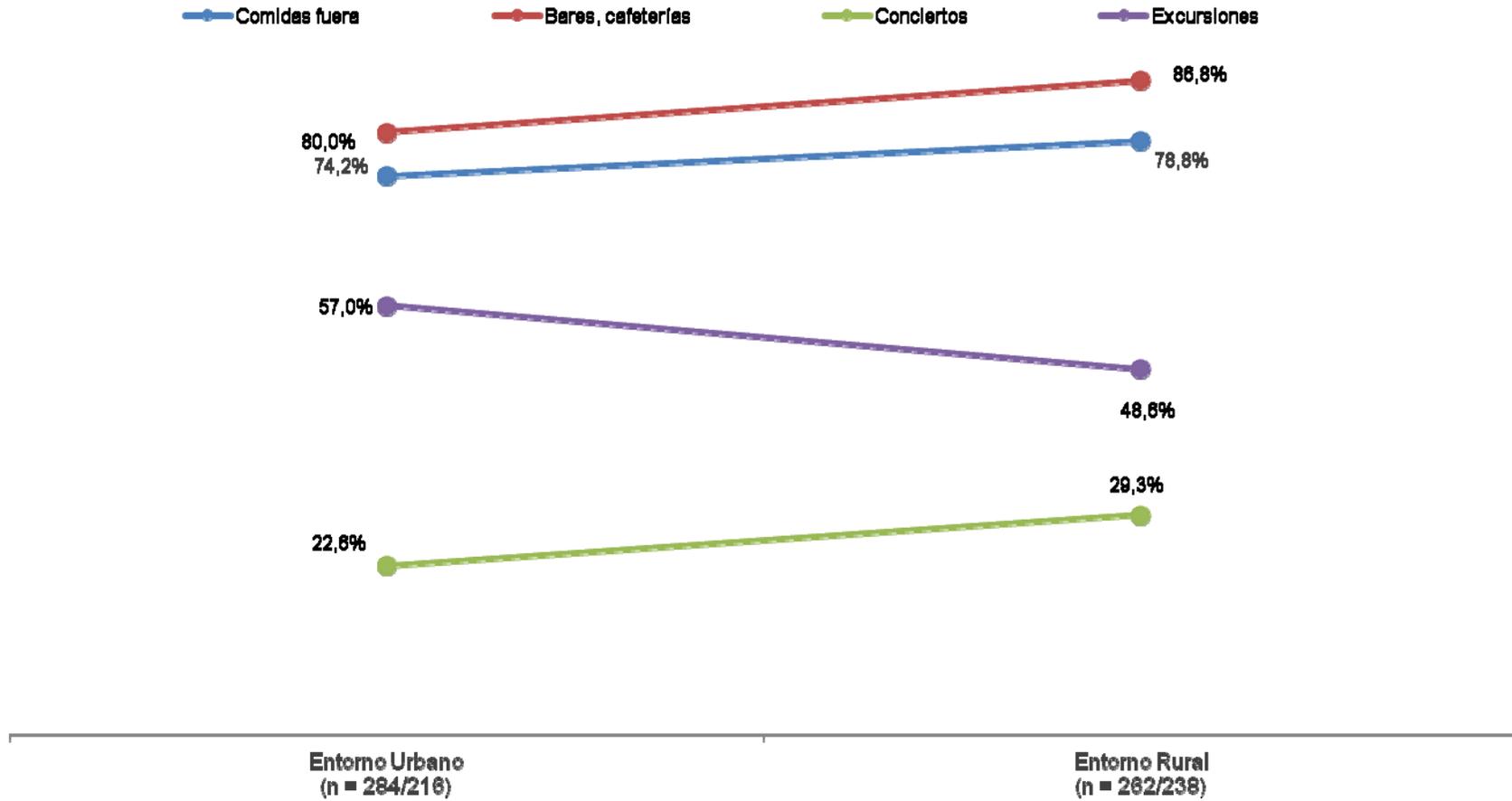
Base: Total de entrevistados



* Se sugirieron las partidas de gasto y la frecuencia de consumo.

P.21.: Frecuencia de consumo mensual de actividades de ocio en función del grupo de edad de los jóvenes navarros

Base: Total de entrevistados

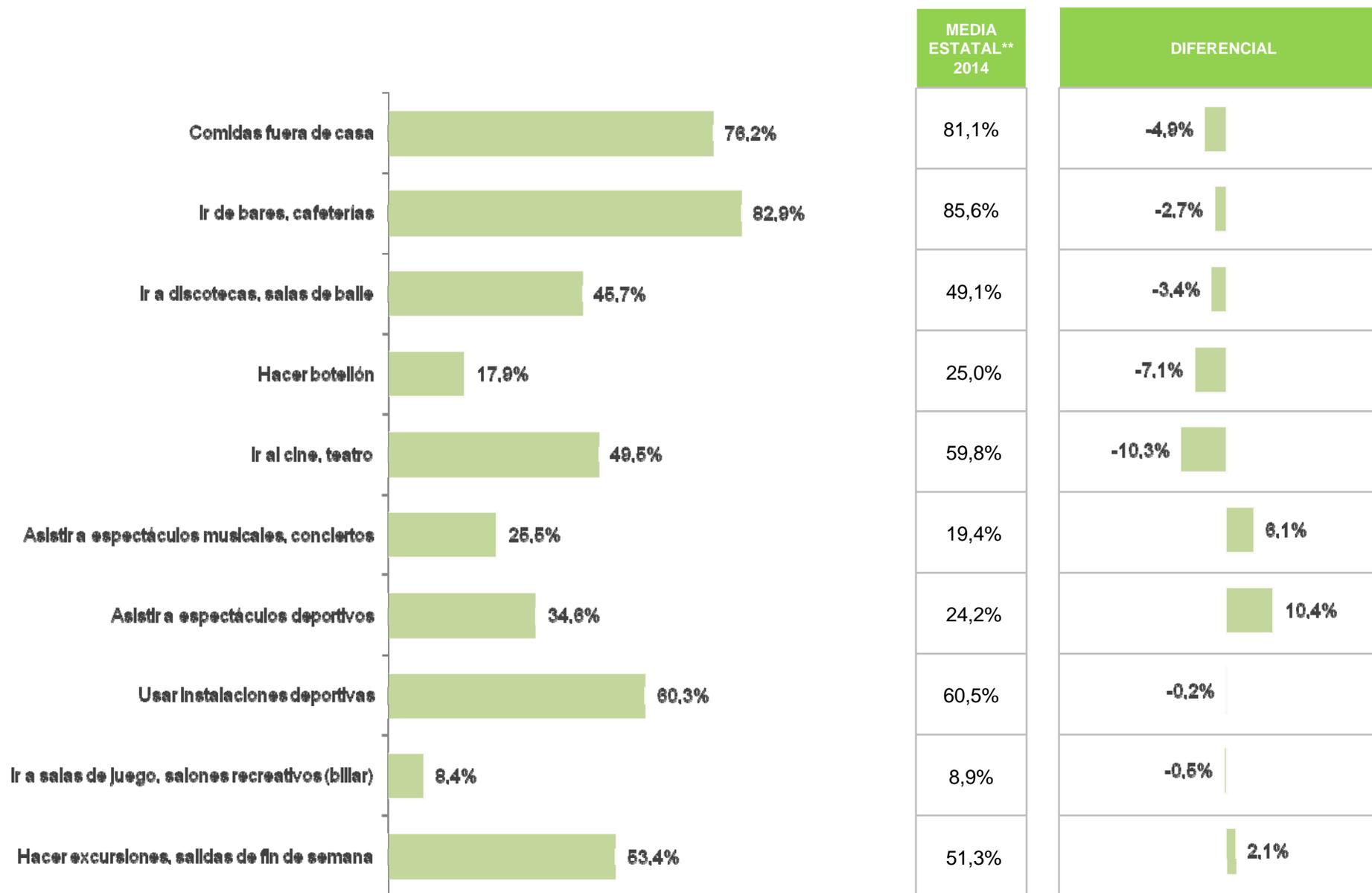


* Se sugirieron las partidas de gasto y la frecuencia de consumo.

- ✓ La comparativa con la media estatal de 2014 permite exponer algunos datos relevantes:
 - ✓ El consumo de tiempo libre en lo que concierne a frecuencia mensual de asistencia a espectáculos musicales y deportivos es superior entre los jóvenes navarros frente al resto del estado.
 - ✓ Por otra parte, la tendencia es inversa en el consumo de cine o teatro o en la práctica del botellón, donde desciende en diez y siete puntos porcentuales, respectivamente, el volumen de jóvenes que lo practica de forma mensual.

P.21.: Ratio de consumo mensual de actividades de ocio*

Base: Total de entrevistados



Se leyeron las alternativas de respuesta. Posible respuesta múltiple.

** Fuente: Injuve 2014. Sondeo de opinión: jóvenes, ocio y consumo.

- ✓ En cuanto al gasto realizado, las partidas de actividades de ocio permiten apreciar la siguiente estructura:

Partidas de gasto
mayoritarias de alto
impacto mensual declarado



- Comidas fuera de casa
- Ir de bares, cafeterías
- Hacer excursiones, salidas de fin de semana

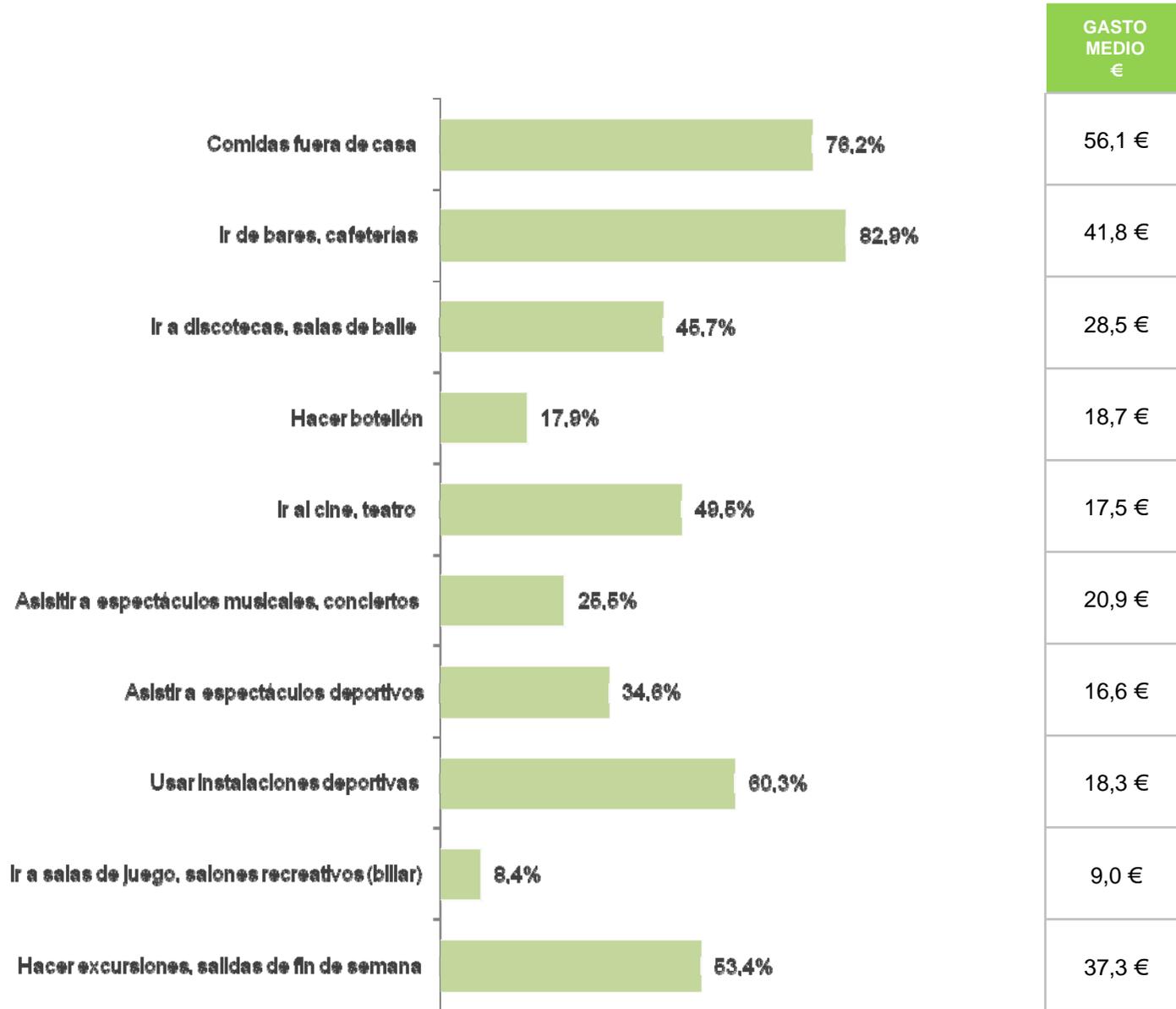
Partidas de gasto
mayoritario
de impacto medio



- Usar instalaciones deportivas

P.21./P.22.: Estructura de gasto mensual de los jóvenes navarros en función de las partidas destinadas a actividades de ocio

Base: Entrevistados que realizan cada actividad con una frecuencia mensual



Estimación del gasto mensual de los jóvenes navarros según partidas destinadas a actividades de ocio

	RATIO DE CONSUMO MENSUAL	GASTO MEDIO	POBLACIÓN	INTERVALO MÁXIMO DE GASTO MENSUAL	INTERVALO MÍNIMO DE GASTO MENSUAL
Comidas fuera de casa (n = 381)	76,2%	56,1 €	73.604	4.577.537	3.681.698
Ir de bares, cafeterías (n = 415)	82,9%	41,8 €	80.166	3.731.151	2.962.761
Ir a discotecas, salas de baile (n = 229)	45,7%	28,5 €	44.191	1.434.805	1.087.294
Hacer botellón (n = 89)	17,9%	18,7 €	17.271	395.906	251.358
Ir al cine, teatro (n = 247)	49,5%	17,5 €	47.814	918.114	753.999
Asisitir a espectáculos musicales, conciertos (n = 127)	25,5%	20,9 €	24.630	631.753	395.623
Asistir a espectáculos deportivos (n = 173)	34,6%	16,6 €	33.412	730.209	378.462
Usar instalaciones deportivas (n = 301)	60,3%	18,3 €	58.235	1.214.808	918.146
Ir a salas de juego, salones recreativos (billar) (n = 42)	8,4%	9,0 €	8.098	96.663	49.620
Hacer excursiones, salidas de fin de semana (n = 267)	53,4%	37,3 €	51.590	2.225.772	1.621.759

Estimación



6.

“El consumo de artículos de uso personal: frecuencia y gasto”

6.1.

“El consumo de objetos de uso personal”

- ✓ La frecuencia de consumo de los jóvenes navarros de otros productos de uso más personal, permite destacar las siguientes tendencias:
 - ✓ Casi siete de cada diez jóvenes navarros consultados manifiesta no consumir nunca discos o CD's de música, así como juegos de ordenador.
 - ✓ También son mayoría los que no consumen ni periódicos ni revistas.
 - ✓ La adquisición de bienes de equipamiento personal, ropa y calzado es realizada por el 42,2% de jóvenes navarros mensualmente, siendo la partida mensual que más jóvenes navarros con cita.
 - ✓ También los bienes dedicados a la imagen y el cuidado personal obtienen un ratio de consumo mensual que afecta al 31,5% de los jóvenes navarros.

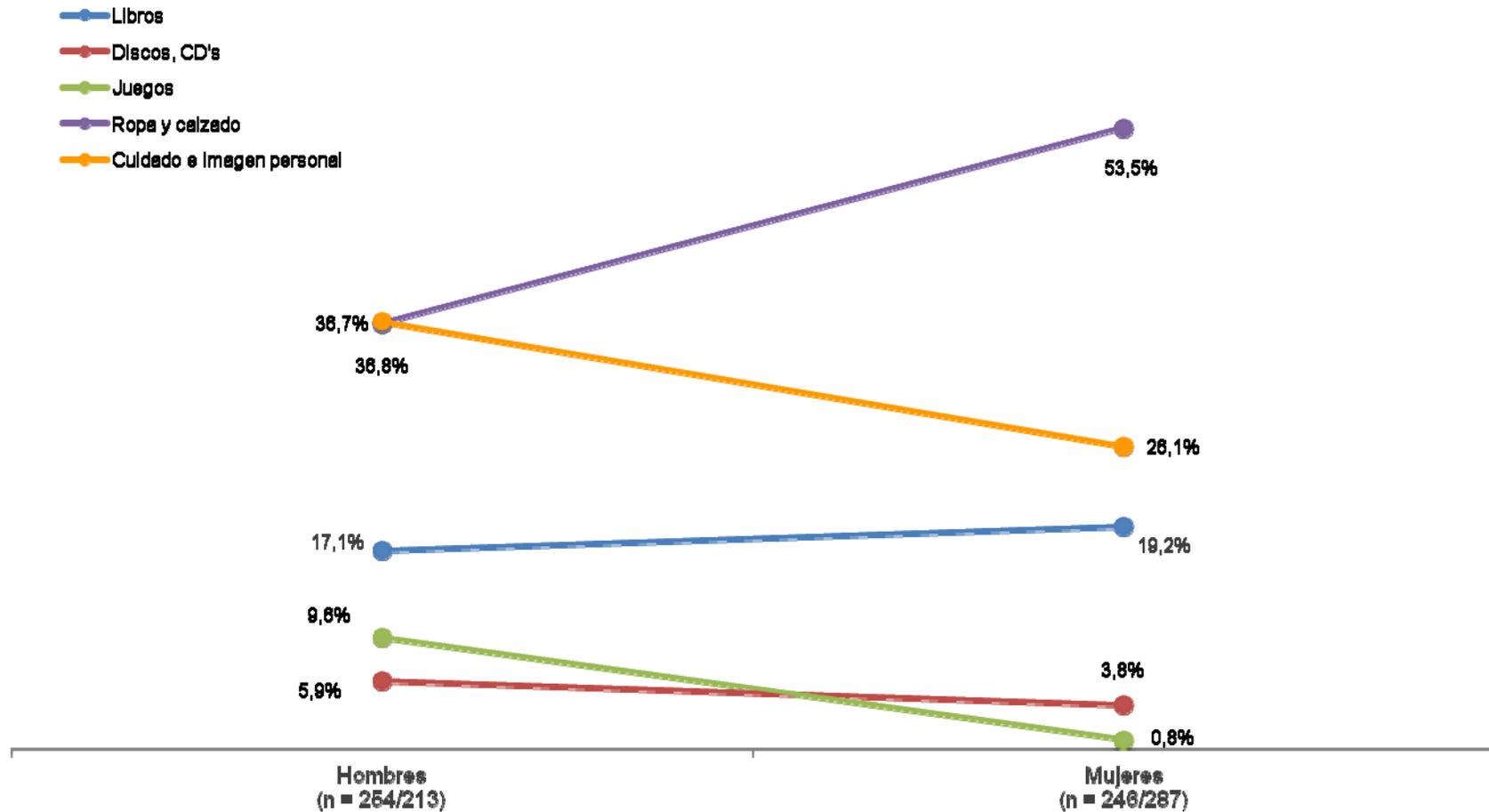
P.23.: Frecuencia de consumo de productos de uso personal
Base: Total de entrevistados

	A DIARIO	VARIAS VECES POR SEMANA	UNA VEZ POR SEMANA	UNA VEZ AL MES	MENOS DE UNA VEZ AL MES	NUNCA
Periódicos	9,5%	1,4%	6,1%	3,1%	17,6%	62,3%
Revistas	0,4%	0,9%	3,6%	8,4%	21,3%	65,5%
Libros	0,5%	0,6%	0,6%	16,8%	32,4%	49,2%
Discos, CD de música	0,8%	0,2%	1,0%	2,9%	26,0%	68,8%
Juegos de ordenador o de videoconsola	0,2%	---	1,0%	4,0%	26,6%	68,1%
Ropa y calzado	---	---	2,7%	42,2%	41,5%	12,7%
Cuidado e imagen personal	---	---	1,5%	30,1%	45,4%	21,8%
Periódicos	9,5%	1,4%	6,1%	3,1%	17,6%	62,3%
Revistas	0,4%	0,9%	3,6%	8,4%	21,3%	65,5%
Libros	0,5%	0,6%	0,6%	16,8%	32,4%	49,2%

* Se sugirieron las partidas de gasto y la frecuencia de consumo.

P.23.: Frecuencia de consumo mensual de productos de uso personal según género

Base: Total de entrevistados



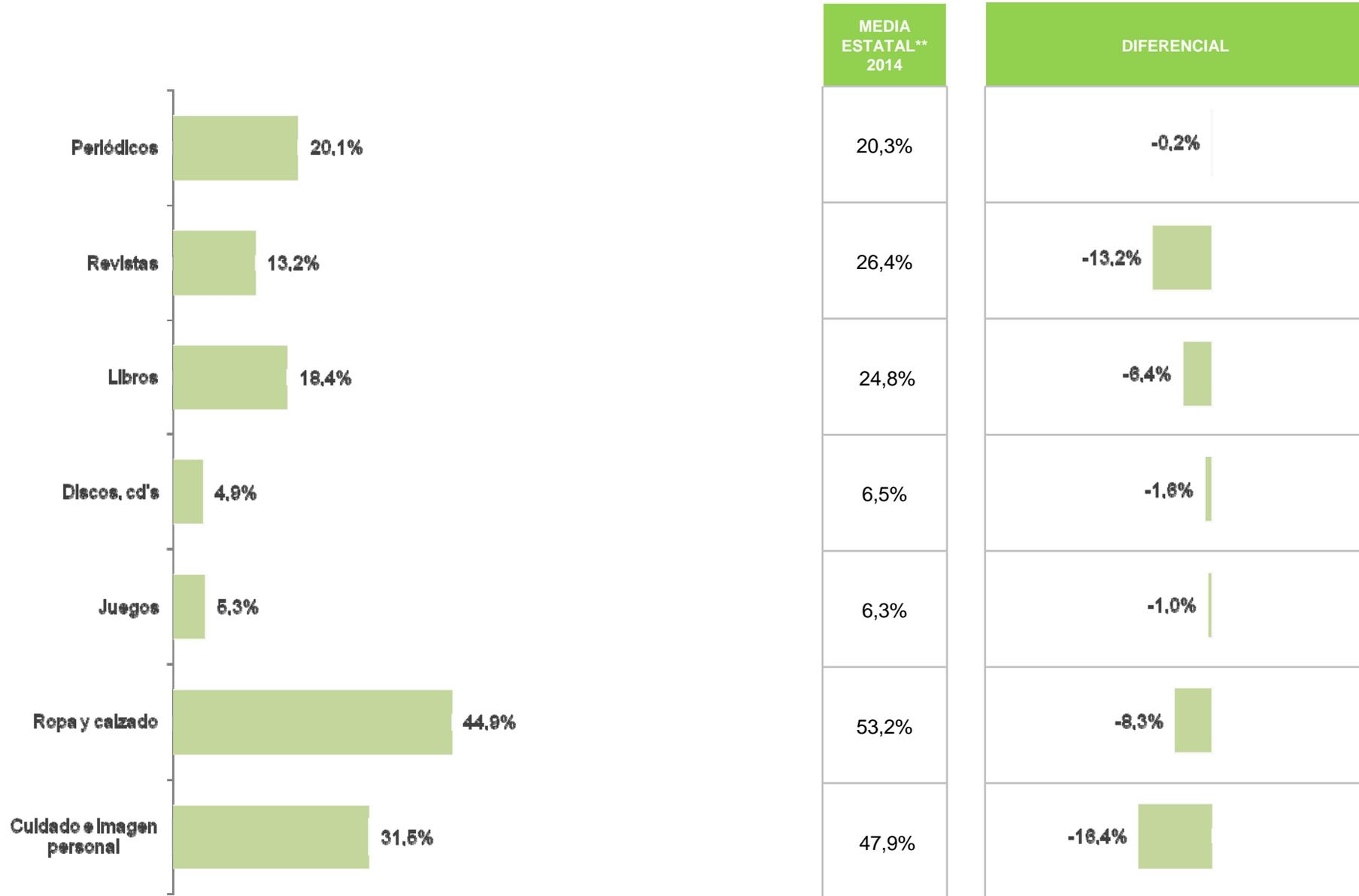
NOTA: Solo se muestran las partidas con diferencias significativas.

* Se sugirieron las cantidad de gasto y la frecuencia de consumo.

- ✓ La comparativa del ratio mensual de consumo con la media estatal obtenida en 2014 permite apreciar un descenso más señalado en el caso de los jóvenes navarros en dos partidas principalmente:
 - ✓ El consumo de revistas.
 - ✓ Los artículos de cuidado e imagen personal.

P.23.: Ratio de consumo mensual de productos de uso personal*

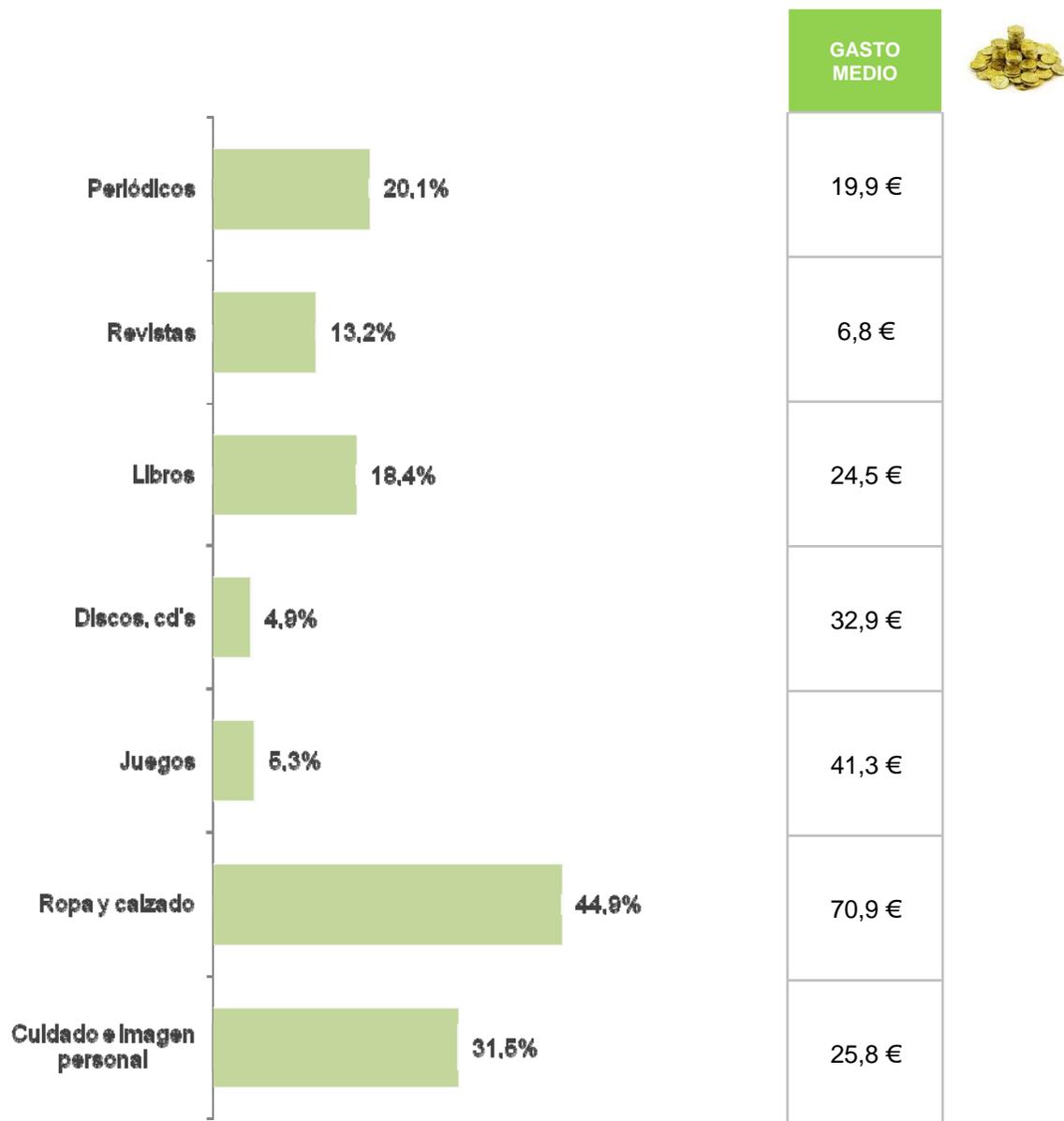
Base: Total de entrevistados



- ✓ La ropa y el calzado es la partida que mayor porcentaje de jóvenes navarros cita como consumo mensual y también la que entraña un gasto medio superior. Los jóvenes navarros dedican una media de 70,9€ a los artículos de equipamiento personal.
- ✓ En segundo término, el 31,5% de los jóvenes que adquiere mensualmente productos para el cuidado de su imagen, dedica una media de 25,8€ a este apartado.
- ✓ Hay no obstante, partidas de gasto poco frecuentes, como la compra de videojuegos o Cd's, que sin embargo, suponen un alto impacto en el bolsillo de los jóvenes.

P.23./P.24.: Estructura de gasto mensual de los jóvenes navarros según partidas de uso personal

Base: Entrevistados que consumen cada partida con una frecuencia mensual



Estimación del gasto mensual de los jóvenes navarros según partidas de uso personal

	RATIO DE CONSUMO MENSUAL	GASTO MEDIO	POBLACIÓN	INTERVALO MÁXIMO DE GASTO MENSUAL	INTERVALO MÍNIMO DE GASTO MENSUAL
Periódicos (n = 101)	20,1%	19,9 €	19.461	451.999	323.104
Revistas (n = 66)	13,2%	6,8 €	12.802	104.816	69.123
Libros (n = 92)	18,4%	24,5 €	17.789	510.348	361.761
Discos, CD de musica (n = 24)	4,9%	32,9 €	4.695	218.520	90.218
Juegos de ordenador o de videoconsola (n = 26)	5,3%	41,3 €	5.082	262.578	157.054
Ropa y calzado (n = 225)	44,9%	70,9 €	43.417	3.386.930	2.771.607
Cuidado e imagen personal (n = 158)	31,5%	25,8 €	30.478	889.684	680.066

Estimación

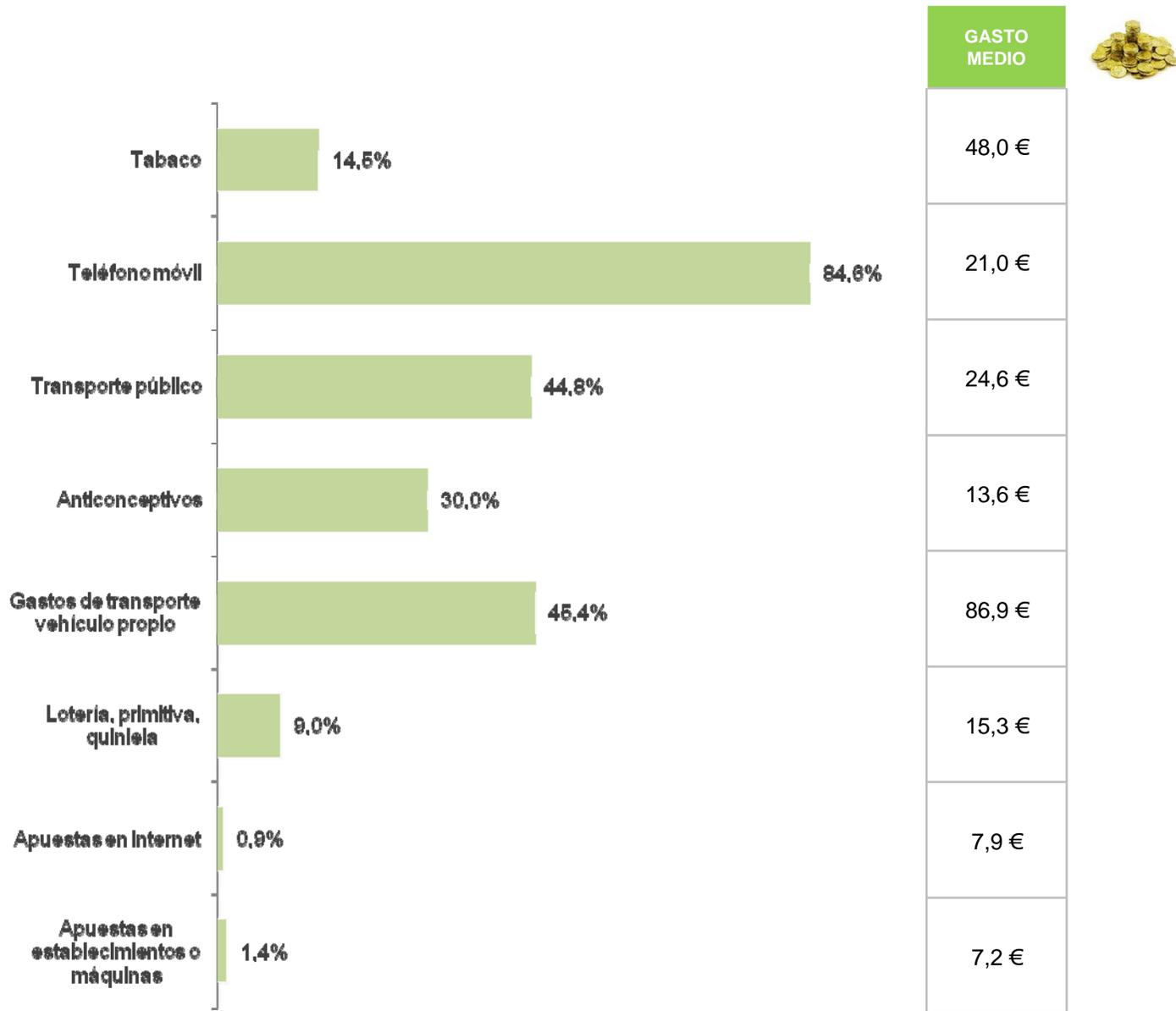
6.2.

“El consumo de otros productos”

- ✓ En cuanto a otras partidas de gasto, estas tienen menor peso en la economía mensual de los jóvenes navarros, a excepción de la relativa al teléfono móvil que el 84,6% de los mismos señala administrar de esta forma. A partir de ahí, desciende el volumen de entrevistados que incurre con cadencia mensual en el gasto del tipo de partidas sugeridas.
- ✓ Por otro lado, pese a no ser un gasto realizado por la mayoría de los jóvenes navarros, el importe destinado a el vehículo particular se cifra para la media en 86,9 €, siendo el de mayor impacto.
- ✓ El consumo o gasto en loterías, apuestas no tiene demasiada incidencia en el computo mensual entre los jóvenes entrevistados, implicando además partidas más reducidas.

P.25.: El gasto mensual en otras partidas

Base: Total de entrevistados



Estimación del gasto mensual de los jóvenes navarros en otras partidas

	RATIO DE CONSUMO MENSUAL	GASTO MEDIO	POBLACIÓN	INTERVALO MÁXIMO DE GASTO MENSUAL	INTERVALO MÍNIMO DE GASTO MENSUAL
Tabaco	14,5%	48,0 €	14.014	806.578	537.991
Telefono móvil	86,4%	21,0 €	83.549	1.894.835	1.613.810
Transporte público	44,8%	24,6 €	43.266	1.270.918	854.750
Anticonceptivos	30,0%	13,6 €	28.952	430.732	359.114
Gastos de transporte vehículo propio	45,4%	86,9 €	43.866	4.189.477	3.434.681
Lotería primitiva, quiniela	9,0%	15,3 €	8.666	199.397	65.132
Apuestas en internet	0,9%	8,0 €	862	12.563	1.138
Apuestas en establecimientos o máquinas	1,4%	7,3 €	1.371	13.794	6.073

Estimación



7.

“Los jóvenes y las actitudes frente al consumo”

7.1.

“Los criterios de selección del establecimiento de compra y el producto”

- ✓ Dos son los principales “valores guía” para la mayoría de los jóvenes navarros a la hora de elegir el establecimiento de compra:
 - ✓ El precio: 78,8%
 - ✓ La calidad: 72,1%) Una óptima relación calidad-precio
- ✓ El trato personal se sitúa en quinta posición por orden de importancia, nombrado por un 24,6% como factor relevante, pero detrás de otros como la amplitud de gama o variedad de artículos y la proximidad.
- ✓ A partir de los 25 años, hay valores que comienzan a tener mayor relevancia para el consumidor joven. Entre ellos, el precio, la proximidad, la variedad, o las convicciones personales. Por el contrario, el prestigio, la innovación y exclusividad pese a ser minoritarios, tienen más protagonismo entre los entrevistados de los grupos de edad más joven.
- ✓ También puede apreciarse como los jóvenes residentes en un entorno rural otorgan más valor a factores como la calidad, proximidad y el trato personal. Por el contrario, los residentes en entornos urbanos ponen más el acento en la variedad, y en valores como la innovación y exclusividad.

P.29.: Valores guía para acudir a un establecimiento

Base: Total de entrevistados

	1º CRITERIO	2º CRITERIO	3º CRITERIO	TOTAL
Precio	44,2%	23,5%	11,1%	78,8%
Calidad	14,3%	40,2%	17,5%	72,1%
Proximidad a mi hogar	16,1%	8,4%	12,0%	36,5%
Variedad	8,1%	8,3%	9,2%	25,6%
Trato	5,8%	8,0%	10,8%	24,6%
Convicciones personales	5,3%	2,0%	7,4%	14,7%
Innovación y exclusividad	3,6%	2,4%	3,1%	9,2%
Prestigio	0,6%	0,6%	1,7%	3,0%

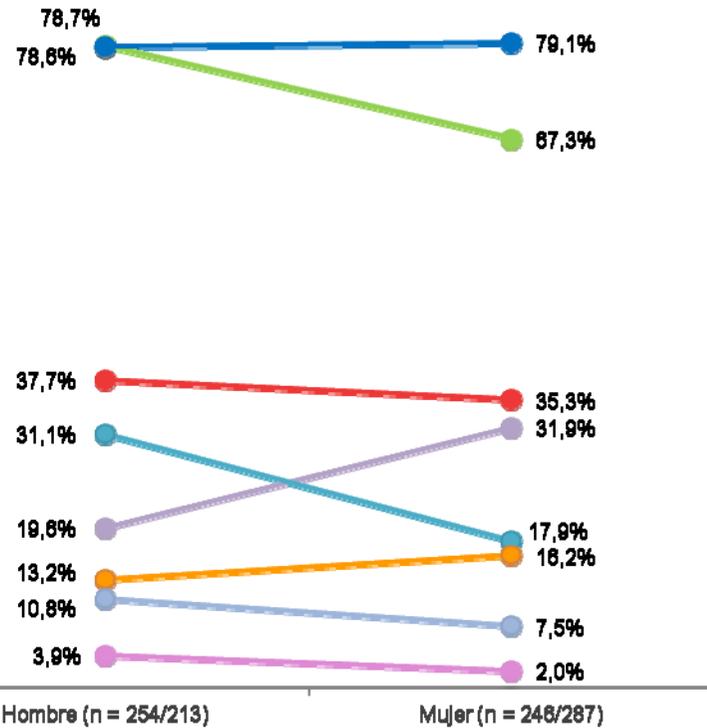
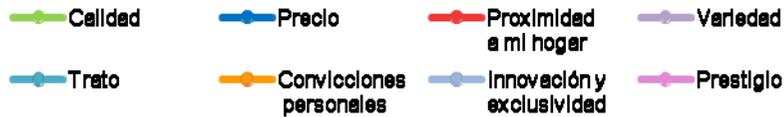


Factor de importancia creciente

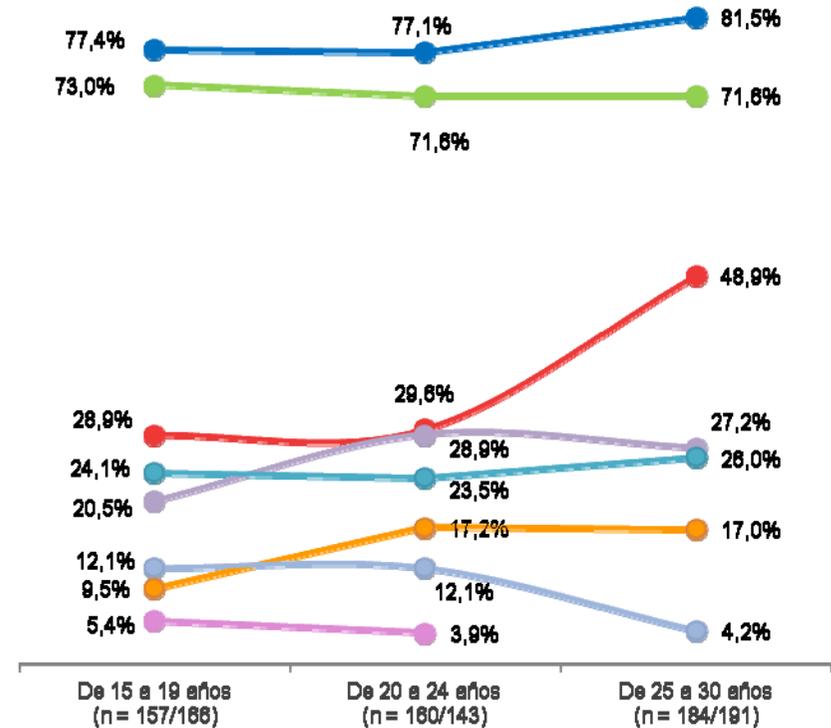
* Se leyeron las opciones de respuesta. Se admitieron máximo 3 respuestas.

P.29.: Valores guía para acudir a un establecimiento
Base: Total de entrevistados

Género



Edad



* Se leyeron las opciones de respuesta. Se admitieron máximo 3 respuestas.

P.29.: Valores guía para acudir a un establecimiento

Base: Total de entrevistados

	TOTAL (n = 500)	TIPO DE ENTORNO	
		Entorno urbano (n = 284/262)	Entorno Rural (n = 216/238)
Precio	78,8%	79,9%	77,4%
Calidad	72,1%	69,8%	75,0%
Proximidad a mi hogar	36,5%	34,7%	38,9%
Variedad	25,6%	28,9%	21,3%
Trato	24,6%	22,3%	27,6%
Convicciones personales	14,7%	15,6%	13,5%
Innovación y exclusividad	9,2%	11,6%	6,0%
Prestigio	3,0%	3,0%	2,9%

* Se leyeron las opciones de respuesta. Se admitieron máximo 3 respuestas.

- ✓ En cuanto a la selección del producto, los jóvenes navarros inciden aún más en la importancia de dos factores antes mencionados: el precio (87,2%) y la calidad (84,5%).

- ✓ No obstante, cabe destacar algunas tendencias:

Exclusividad



- ✓ El 20,3% valora en un producto la exclusividad, principalmente como un valor secundario, pero presente en sus decisiones de compra. Este valor de la exclusividad tiene mayor peso en las decisiones de compra de los entrevistados con edades comprendidas entre los 15 y 19 años.

Principios medioambientales o éticos



- ✓ El 14,6% se guía por criterios medioambientales o éticos en sus decisiones de compra. Este valor tiene más peso entre los jóvenes a partir de los 25 años.

- ✓ Por otro lado, el impacto publicitario tiene a su juicio poco peso en los criterios de selección del producto.

P.30.: Criterios guía para elegir un producto

Base: Total de entrevistados

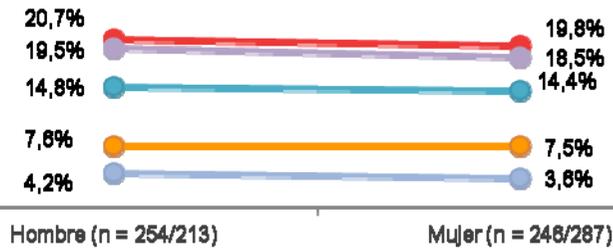
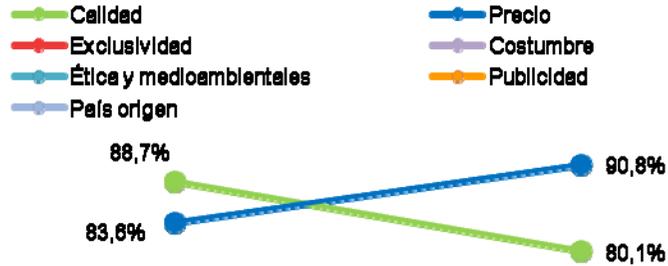
	1º CRITERIO	2º CRITERIO	3º CRITERIO	TOTAL
Precio	64,6%	17,9%	4,7%	87,2%
Calidad	20,7%	55,3%	8,5%	84,5%
Exclusividad	2,5%	6,1%	11,7%	20,3%
Valores asociados a la costumbre	4,5%	2,9%	11,6%	19,0%
Criterios de tipo ético y medioambientale	4,4%	2,2%	7,9%	14,6%
Publicidad en medios de comunicación, redes sociales o internet	0,8%	1,7%	5,1%	7,6%
País o región de origen	1,8%	1,3%	0,9%	3,9%

* Se leyeron las opciones de respuesta. Se admitieron máximo 3 respuestas.

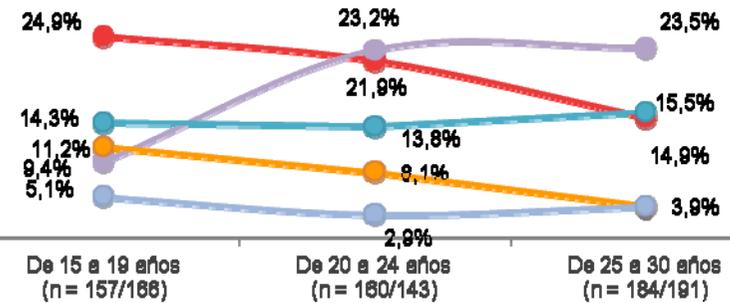
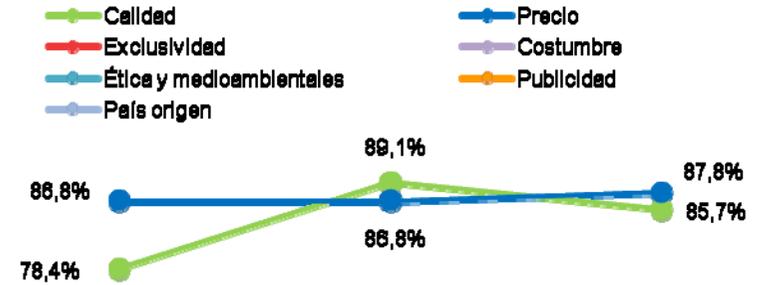
P.30.: Criterios guía para elegir un producto

Base: Total de entrevistados

Género



Edad



* Se leyeron las opciones de respuesta. Se admitieron máximo 3 respuestas.

P.30.: Criterios guía para elegir un producto

Base: Total de entrevistados

	TOTAL (n = 500)	TIPO DE ENTORNO	
		Entorno urbano (n = 284/262)	Entorno Rural (n = 216/238)
Precio	87,2%	84,1%	91,2%
Calidad	84,5%	82,6%	87,0%
Exclusividad	20,3%	22,6%	17,2%
Valores asociados a la costumbre	19,0%	17,7%	20,7%
Criterios de tipo ético y medioambientale	14,6%	16,9%	11,5%
Publicidad en medios de comunicación, redes sociales o internet	7,6%	8,6%	6,2%
País o región de origen	3,9%	4,8%	2,8%

* Se leyeron las opciones de respuesta. Se admitieron máximo 3 respuestas.

7.2.

“Tipo de establecimiento de compra de los jóvenes navarros”

- ✓ Para la compra de artículos de alimentación, el establecimiento de compra preferente de los jóvenes navarros es el hipermercado o las grandes superficies, como indica el 75,0% de los consultados. Las menciones a las tiendas tradicionales muestran también la preferencia de algo más uno de cada cuatro jóvenes, el 27,9%.
- ✓ Igualmente las grandes superficies son la opción mayoritaria para la compra de productos de higiene, belleza y cuidado personal (el 55,6%).
- ✓ Los jóvenes navarros combinan diferentes formatos comerciales para la compra de equipamiento personal. Tiendas tradicionales (42,5%), grandes almacenes (36,4%) y grandes cadenas multinacionales (27,4%), son las opciones más habituales.
- ✓ Las tiendas tradicionales son la opción preferente para el 46,6% de los jóvenes en la adquisición de libros y regalos. En el caso de la informática y electrónica, un 25,3% elige los grandes almacenes.
- ✓ Es destacable asimismo que el peso de internet crece en el caso de la electrónica o libros y regalos, principalmente.

P.26.: Tipo de establecimiento habitual de compra según partidas de gasto
Base: Total de entrevistados

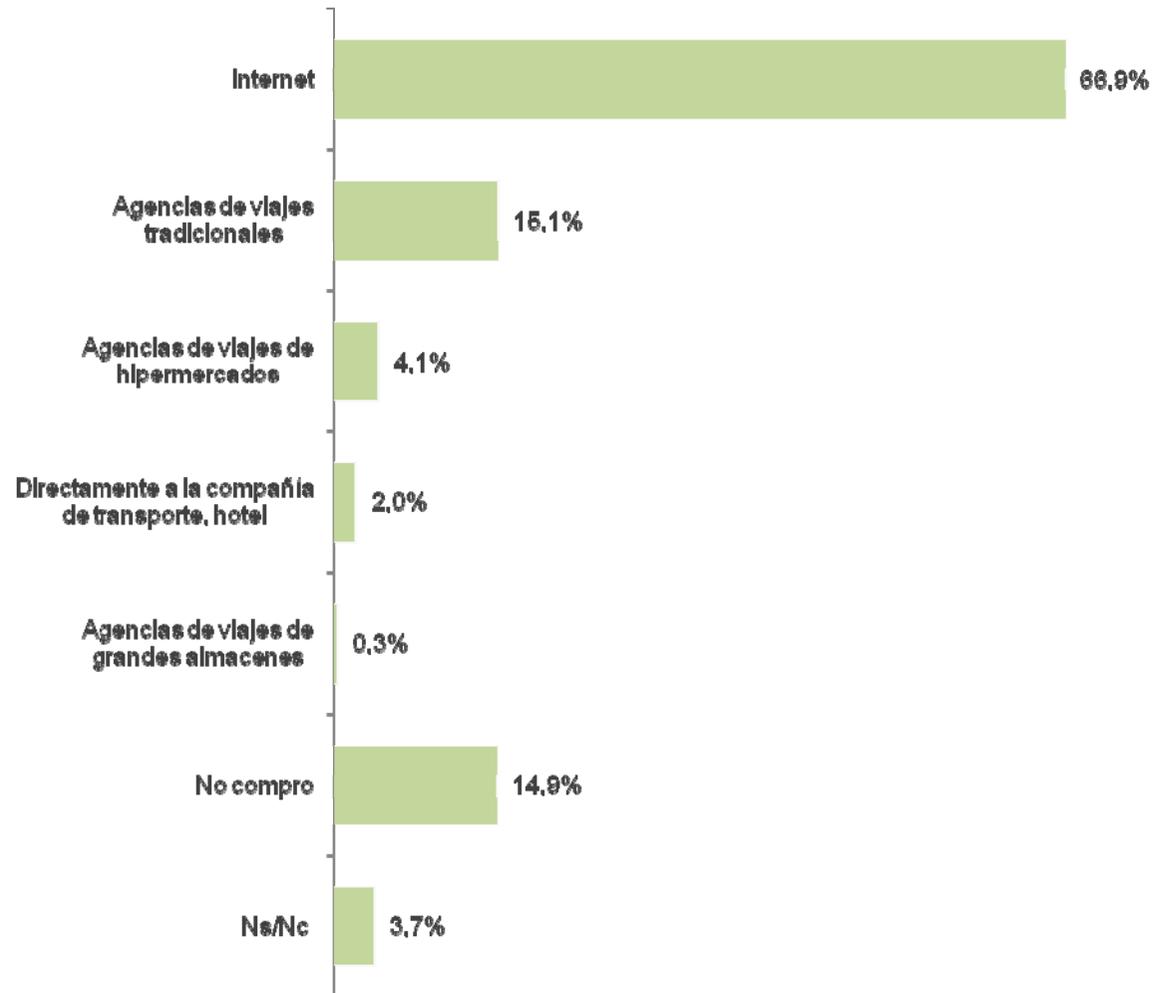
	Hipermercados / Grandes superficies	Grandes almacenes	Tiendas tradicionales	Grandes cadenas multinacionales	Mercadillo, bazares	Tiendas outlet	Internet, tiendas online	productor	Tiendas de comercio justo	No compro	Ns/Nc
Alimentación	75,0%	6,8%	27,9%	6,0%	3,3%	---	0,3%	---	0,5%	5,5%	1,2%
Equipamiento personal	20,2%	36,4%	42,5%	27,4%	1,2%	4,2%	8,9%	---	---	1,3%	0,5%
Equipamiento de hogar	15,5%	24,2%	13,0%	18,5%	---	0,6%	3,3%	0,2%	0,2%	28,2%	6,3%
Informática, electrónica	16,5%	25,3%	17,0%	19,2%	---	0,4%	13,0%	0,6%	0,4%	14,3%	1,7%
Libros, regalos	12,0%	20,0%	46,6%	8,5%	0,4%	0,4%	12,7%	0,2%	0,2%	12,2%	1,6%
Higiene, belleza y cuidado personal	55,6%	13,9%	28,3%	3,3%	0,2%	---	1,8%	---	0,2%	5,4%	1,6%

* Se leyeron las opciones de respuesta. Posible respuesta múltiple.

- ✓ Internet adquiere un papel relevante como entorno en el que comprar, contratar los viajes de la juventud navarra. La mayoría, el 66,9% utiliza este canal.
- ✓ Las agencias de viaje con oficina física, bien sean de cadenas de hipermercados, grandes almacenes o las tradicionales agencias de viaje, tienen poco peso para este segmento de población que opta por el canal on line preferentemente.

P.26.: Tipo de establecimiento preferente de compra para viajes

Base: Total de entrevistados



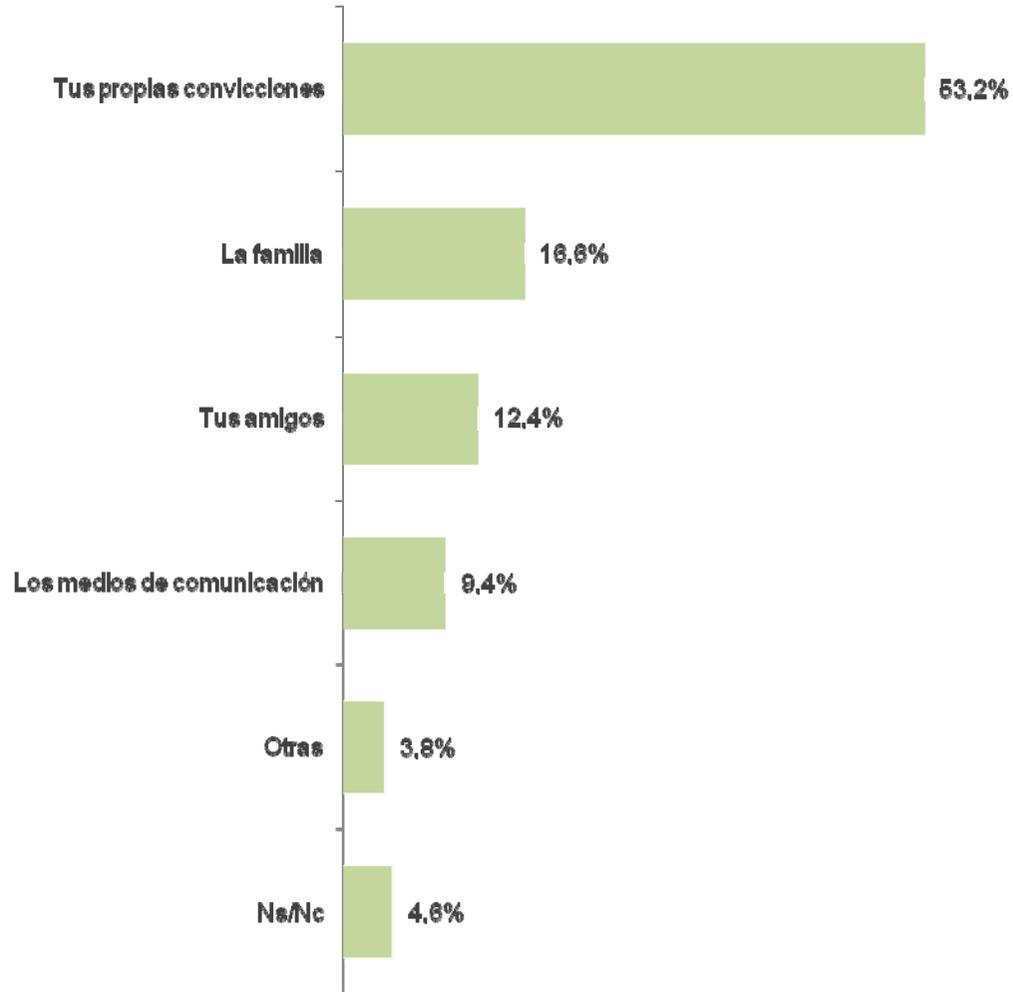
* Se mostraron las opciones de respuesta. Posible respuesta múltiple.

7.3.

“Actitudes frente al consumo”

- ✓ La mayoría de los jóvenes navarros, el 53,2% se considera libre de influencias externas, siendo sus propias convicciones las que orientan sus actos de compra y consumo. Una percepción que se incrementa a medida que se avanza en los grupos edad. Entre los jóvenes navarros con edades entre los 25 y 30 años, quienes se sienten más libres de influencia externa alguna, son seis de cada diez (59,3%).
- ✓ La familia (16,6%) y los amigos (12,4%) tienen cierto peso para algunos jóvenes. La primera, en mayor grado en el caso de los hombres jóvenes, y los amigos, el grupo de iguales, en el caso de las mujeres y los jóvenes menores de 19 años.

P.28.: ¿Quién o qué crees que te influye para comprar?
Base: Total de entrevistados



* No se sugirió ninguna respuesta. Solo se admitió una.

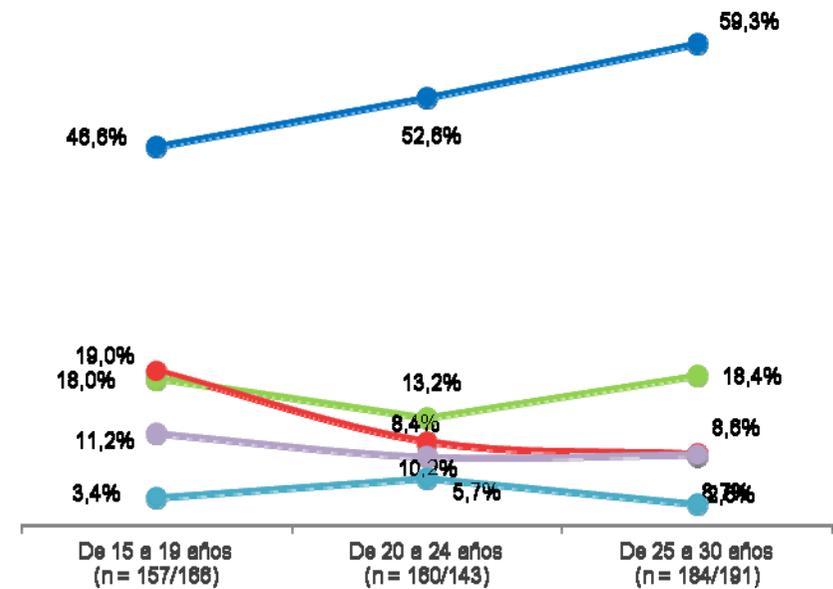
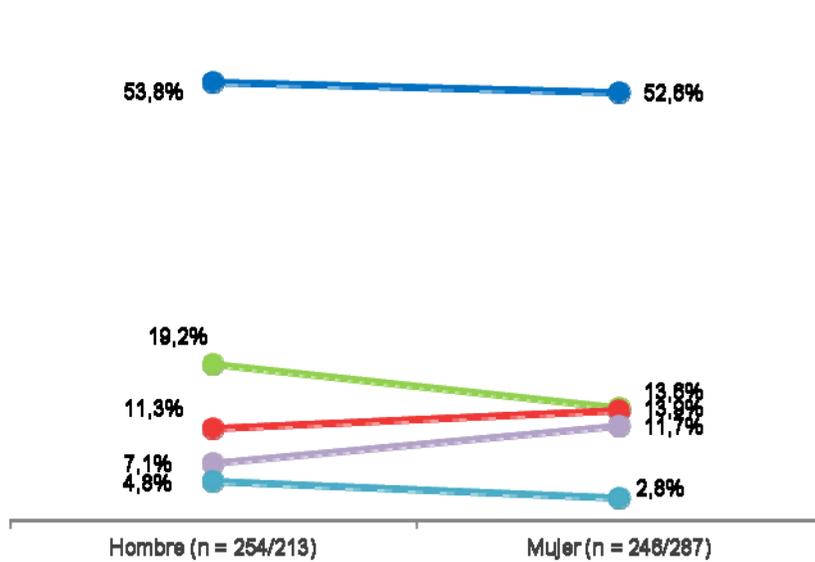
P.28.: ¿Quién o qué crees que te influye para comprar?
Base: Total de entrevistados

Género

Edad

- La familia
- Tus propios convicciones
- Tus amigos
- Medios de comunicación
- Otras

- La familia
- Tus propios convicciones
- Tus amigos
- Medios de comunicación
- Otras

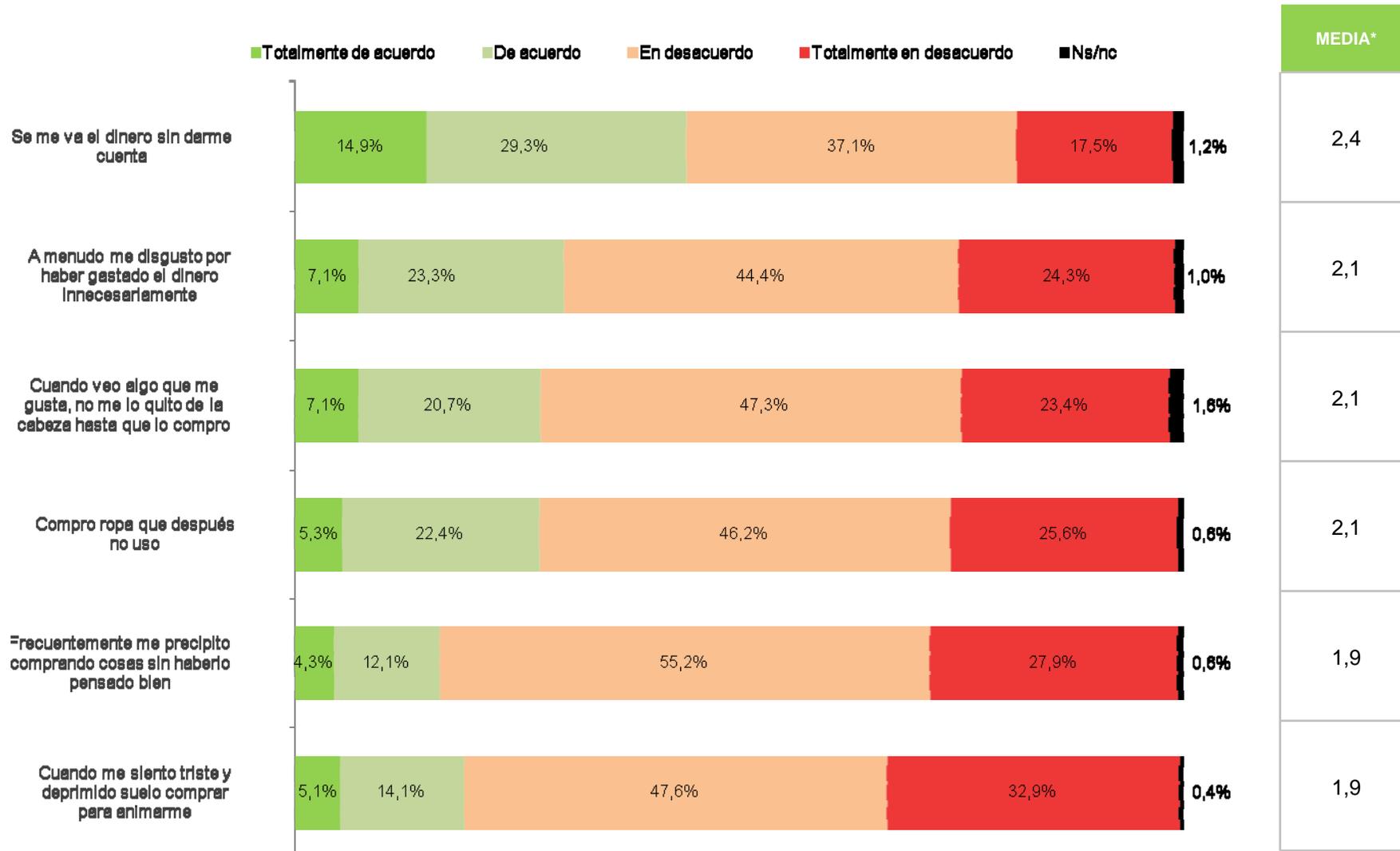


* No se sugirió ninguna respuesta. Solo se admitió una.

- ✓ Abordar las actitudes frente al consumo de los jóvenes navarros implica conocer cómo se sienten a la hora de adquirir bienes y productos. En este sentido se pueden avanzar algunas consideraciones:
 - ✓ La mayoría de los jóvenes navarros (el 80,5%) se considera libre de la presión del consumismo ya que se muestra contrario a la afirmación “cuando me siento triste suelo comprar para animarme”, siendo el apartado que menor nivel de acuerdo aglutina.
 - ✓ También consideran en su gran mayoría (el 83,6%) que no son proclives a la compra por impulso que posteriormente les lleve a arrepentirse por no haberlo pensado mejor.
 - ✓ Los mayores niveles de acuerdo se recogen en la afirmación relacionada con la capacidad de administrar sus ingresos o el dinero disponible. En este sentido, el 14,9% se muestra totalmente de acuerdo con la afirmación “se me va el dinero sin darme cuenta” y el 29,3%, bastante de acuerdo.
 - ✓ Entre los y las jóvenes navarras hay diferencias a la hora de abordar el consumo. Ellas son más proclives a la compra de ropa que posteriormente no usan o necesitan, mostrando niveles de acuerdo superiores a los de los hombres en esta afirmación.

- ✓ Por otro lado, a medida que la capacidad de administrar gastos es mayor, como en el caso de los jóvenes de más de 25 años, crece la percepción de que el dinero se escapa con facilidad. También parece apreciarse una relación clara entre el consumo con “efecto bálsamo” y los jóvenes de más edad.

P.27.: Grado de acuerdo o desacuerdo con las afirmaciones...
Base: Total de entrevistados



* Media sobre escala donde 1 equivale a "totalmente en desacuerdo" y 4 a "totalmente de acuerdo".

P.27.: Grado de acuerdo o desacuerdo con las afirmaciones...

Base: Total de entrevistados

	TOTAL (n = 500)	GÉNERO		EDAD		
		Hombre (n = 254/213)	Mujer (n = 246/287)	De 15 a 19 años (n = 157/166)	De 20 a 24 años (n = 160/143)	De 25 a 30 años (n = 184/191)
Cuando me siento triste y deprimido suelo comprar para animarme	1,9	1,8	2,0	1,7	1,9	2,1 ↑
A menudo me disgusto por haber gastado el dinero innecesariamente	2,1	2,1	2,2	2,2	2,2	2,1
Cuando veo algo que me gusta, no me lo quito de la cabeza hasta que lo compro	2,1	2,0	2,2	2,1 ↓	2,0	2,2
Se me va el dinero sin darme cuenta	2,4	2,3	2,5	2,1	2,4	2,6 ↑
Frecuentemente me precipito comprando cosas sin haberlo pensado bien	1,9	1,9	1,9	2,0	1,9	2,0
Compro ropa que después no uso	2,1	1,9	2,3 ↑	2,2 ↑	2,0	2,0

↑ ↓ Valor medio superior o inferior al conjunto.

* Media sobre escala donde 1 equivale a "totalmente en desacuerdo" y 4 a "totalmente de acuerdo".



8.

“Consideraciones finales”

La radiografía de la juventud navarra nos permite extraer algunas líneas de reflexión en torno al consumo de los jóvenes y la integración social.

- *Para la mayoría de los consultados, los jóvenes en tanto colectivo tratan con normalidad a mujeres, desempleados, así como a los propios iguales, mientras que dedican una actitud más amable a otros colectivos, entre ellos las personas con discapacidad, menores y personas mayores. Hay no obstante otros que provocan su indiferencia, como las personas sin hogar o los drogodependientes.*
- *Tratando de evitar estas consecuencias sociales que van desde la invisibilidad o indiferencia al rechazo y la exclusión, es preciso trabajar con los jóvenes en planes que potencien la normalización de la relación con los colectivos que pasan más desapercibidos a sus ojos, pero especialmente, con los que aglutinan gran parte de la desconfianza o desprecio, hoy identificados por ellos; la población gitana o las personas inmigrantes. No en vano, el 30,4% de los jóvenes considera que los jóvenes colectivamente tratan a la población gitana con desprecio y el 27,7%, con desconfianza.*
- *El Indicador de Tolerancia ante las Personas Inmigrantes arroja un resultado positivo para el conjunto de la juventud navarra que no muestra reservas o rechazo ante diferentes experiencias de integración con población inmigrante. Aún y todo, casi dos de cada diez jóvenes evitaría alquilar un piso a una persona inmigrante, o vivir en un barrio con alta concentración de personas con estas características.*

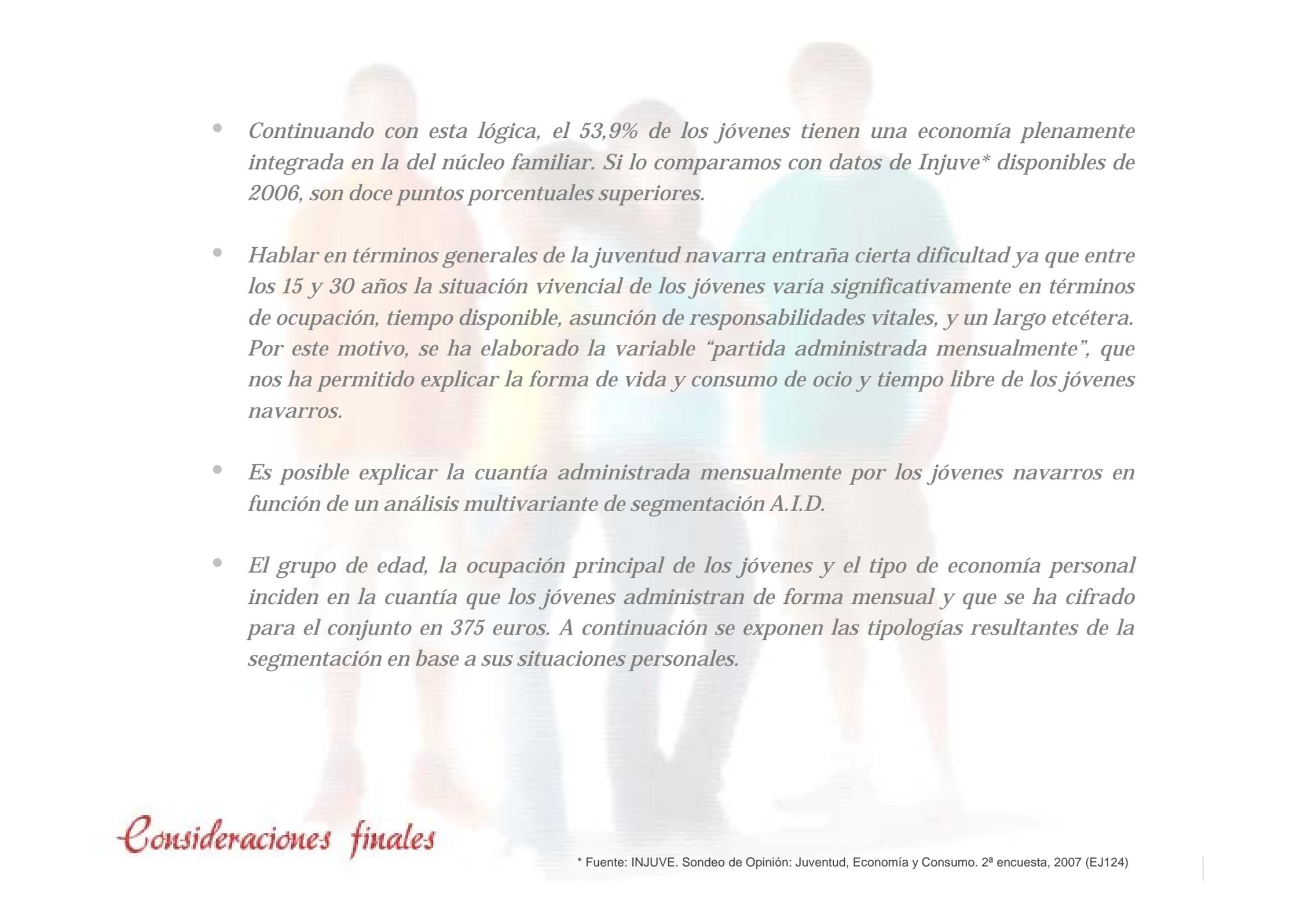
Consideraciones finales

- *Resulta interesante que los consultados consideran que la protección otorgada por el Gobierno de Navarra a diferentes colectivos sea alta, como menores, mujeres, personas mayores, inmigrantes ...y sin embargo, el 59,4% afirme que los jóvenes gozan de poca o ninguna protección.*
- *Un 17,0% de los jóvenes navarros se ha sentido discriminado en alguna ocasión por razón de su edad. Una presión ejercida fundamentalmente por sus compañeros de trabajo/escuela. Pero en términos de percepción de desigualdad, es el colectivo de jóvenes mujeres quienes en mayor grado manifiesta haber padecido un trato injusto por cuestiones de género (el 22%), siendo común en todos los segmentos de edad. Esta cuestión pone sobre aviso de la reproducción de las pautas sociales de desigualdad de género incluso en los segmentos de población más joven. Queda por tanto, amplio margen de mejora en materia de igualdad.*
- *Por otra parte, el 3,9% se ha visto en alguna ocasión discriminado por razón de religión, el 3,8% de etnia y un 2,7% por su identidad sexual. Ésta última, pese a no ser la de mayor peso, proviene de diversos ordenes de la vida del joven, incluso de su propio entorno familiar.*
- *Los jóvenes se muestran en general satisfechos con el tiempo semanal que disponen para el ocio y el esparcimiento; 29 horas semanales, salvo que las responsabilidades de ocupación recorten esta cifra. Un tiempo que dedican de forma habitual a la práctica del deporte.*

Consideraciones finales

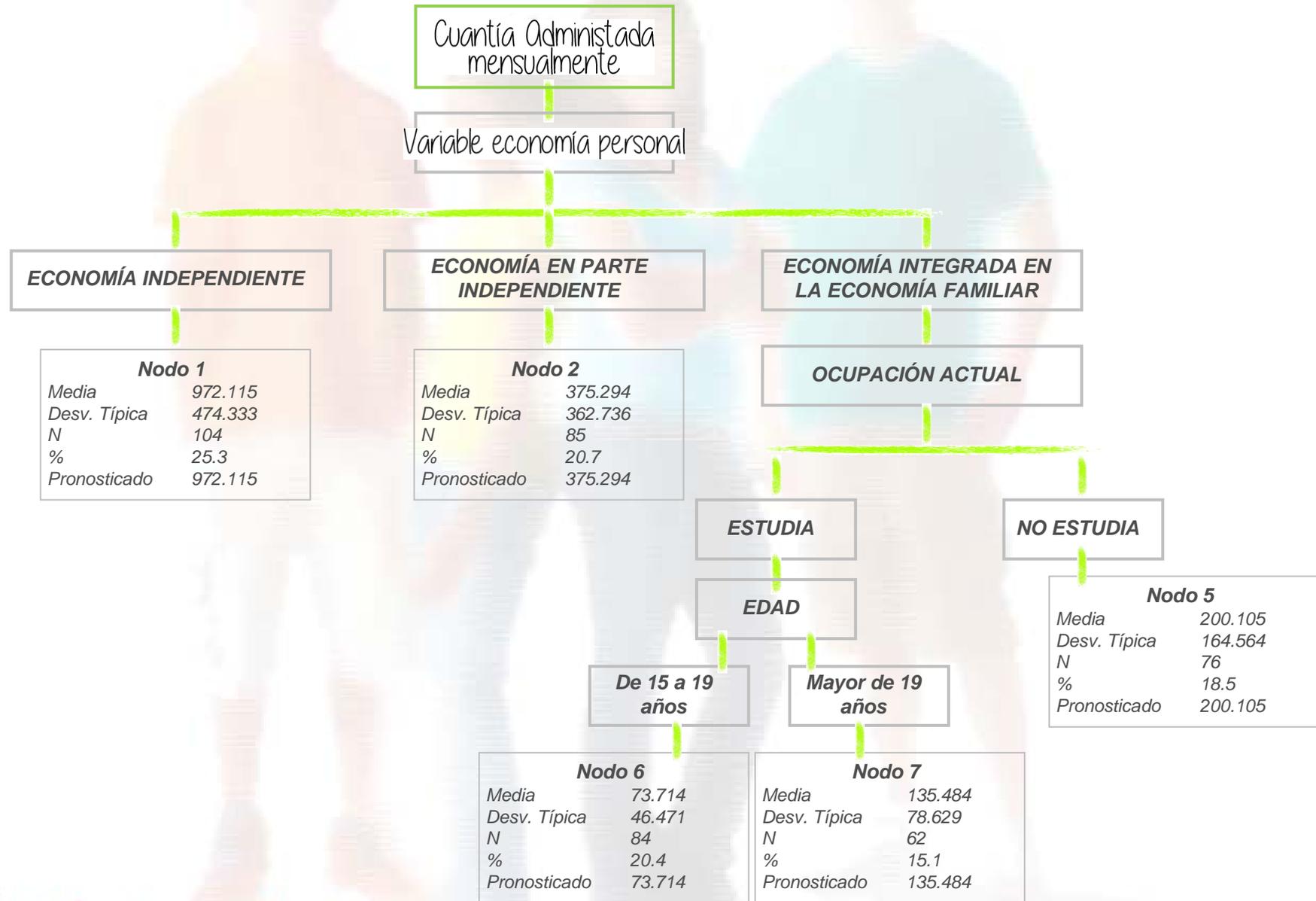
- *El consumo de alcohol como forma de ocio comienza a ser mayoritario a partir de los 20 años, no obstante, el 31,7% de los menores de 20 años bebe habitualmente en su tiempo libre. Pese a todo, la incidencia del botellón es menor respecto a la media estatal, pero no se ha que perder de vista que uno de cada cuatro menores de 20 años lo practica al menos una vez al mes.*
- *Entre las partidas de gasto mensual más presentes entre la juventud navarra destacan las dedicadas a ropa y complementos (70,9 €) o productos para la imagen y cuidado personal (25,8 €). También, pese a no ser un gasto para la mayoría, el mantenimiento del vehículo asciende a 86,9 € mensuales. Más frecuente es el gasto en telefonía móvil pero su impacto en el bolsillo no supera los 21 €.*
- *Los jóvenes navarros persiguen una óptima relación calidad-precio, orientando sus decisiones de compra en este sentido. Sin embargo, un 24,6% se mueve por convicciones personales en la selección del tipo de establecimiento. En cuanto al producto, el valor de la “exclusividad” tiene mayor relevancia entre los más jóvenes y un 14,6% escoge en función de criterios éticos o medioambientales.*
- *En cuestión de independencia, el 20,1% de los consultados vivía en su propio hogar, por lo que parece un claro retroceso*, que puede tener que ver con las dificultades de acceso laboral y el contexto de crisis.*

Consideraciones finales

- 
- *Continuando con esta lógica, el 53,9% de los jóvenes tienen una economía plenamente integrada en la del núcleo familiar. Si lo comparamos con datos de Injuve* disponibles de 2006, son doce puntos porcentuales superiores.*
 - *Hablar en términos generales de la juventud navarra entraña cierta dificultad ya que entre los 15 y 30 años la situación vivencial de los jóvenes varía significativamente en términos de ocupación, tiempo disponible, asunción de responsabilidades vitales, y un largo etcétera. Por este motivo, se ha elaborado la variable “partida administrada mensualmente”, que nos ha permitido explicar la forma de vida y consumo de ocio y tiempo libre de los jóvenes navarros.*
 - *Es posible explicar la cuantía administrada mensualmente por los jóvenes navarros en función de un análisis multivariante de segmentación A.I.D.*
 - *El grupo de edad, la ocupación principal de los jóvenes y el tipo de economía personal inciden en la cuantía que los jóvenes administran de forma mensual y que se ha cifrado para el conjunto en 375 euros. A continuación se exponen las tipologías resultantes de la segmentación en base a sus situaciones personales.*

Consideraciones finales

SEGMENTACIÓN A.I.D. SEGÚN CUANTÍA ADMINISTRADA MENSUALMENTE



Consideraciones finales

Clasificación de los jóvenes navarros en función de la partida presupuestaria administrada mensualmente



Consideraciones finales

Nodo 6 →  *Administran mensualmente* 73,7 €

Nodo 7 →  *Administran mensualmente* 135,4 €

Edad media	17 años
Estatus	El 20% nivel medio alto
Ocupación	Estudiante (100%)
Estudios	Medios (71,1%)
Vivienda habitual	Domicilio familia origen (94,1%)
Economía	Vive de los ingresos de otros (93,9%)
Criterios elección producto	<ul style="list-style-type: none"> • Exclusividad (24,9%) • Publicidad (10,0%)
Influencia en la compra	<ul style="list-style-type: none"> • Los amigos (21,8%) • Los medios de comunicación (10,6%)
Relación con el consumo	El 38,2% compra ropa que después no usa
Actividades de ocio	<ul style="list-style-type: none"> • Deporte: 89,0% • Ir a discotecas, bailar: 42,8% • Cine: 65,9% • Videojuegos: 44,6%
Indicador de Tolerancia a la Inmigración	183,3 (Media 176,7)

↓
Los jóvenes estudiantes que dependen de sus padres

Edad media	22 años
Estatus	Medio bajo (37,0%)
Ocupación	Estudiante (100%)
Estudios	Medios (85,1%)
Vivienda habitual	Domicilio familia origen (81,0%), comparte (17,2%)
Economía	Vive de los ingresos de otros (88,1%)
Criterios elección producto	<ul style="list-style-type: none"> • Exclusividad (29,3%) • Calidad (91,1%)
Influencia en la compra	<ul style="list-style-type: none"> • Otras (9,9%)
Relación con el consumo	El 53,8% considera que se le va el dinero sin darse cuenta
Actividades de ocio	<ul style="list-style-type: none"> • Beber, ir de copas: 65,6% • Leer periódicos: 72,3% • Ir a conciertos: 51,0%
Indicador de Tolerancia a la Inmigración	185,6 (Media 176,7)

↓
Jóvenes estudiantes de estatus medio-bajo

Consideraciones finales

Nodo 5 →  *Administran mensualmente* 200,1 €

Nodo 2 →  *Administran mensualmente* 375,3 €

Edad media	23 años
Estatus	Nivel bajo (35,2%)
Ocupación	Estudian y trabajan (42,6%)
Estudios	Medios (62,2%)
Vivienda habitual	Domicilio familia origen (87,3%)
Economía	Vive de los ingresos de otros con algunos propios (40,7%)
Criterios elección producto	<ul style="list-style-type: none"> • Precio: 87,9% • Calidad: 84,9%
Influencia en la compra	<ul style="list-style-type: none"> • Las propias convicciones: 57,2%
Relación con el consumo	<ul style="list-style-type: none"> • El 45,3% se le va el dinero sin darse cuenta • El 43,0% se disgusta por gastar innecesariamente
Actividades de ocio	<ul style="list-style-type: none"> • Deporte: 85,3% • Radio: 78,5%
Indicador de Tolerancia a la Inmigración	167,3 (Media 176,7)



Jóvenes que estudian y trabajan para ayudar en la economía familiar

Edad media	24 años
Estatus	Medio/Medio alto (58,3%)
Ocupación	Trabaja (47,9%)
Estudios	Superiores (49,1%)
Vivienda habitual	Domicilio familia origen (91,3%)
Economía	Vive de los ingresos con ayuda de otros (35,2%)
Criterios elección producto	<ul style="list-style-type: none"> • Éticos y medioambientales (24,4%) • Costumbre (37,7%)
Influencia en la compra	Medios de comunicación: 11,2%
Relación con el consumo	El 26,9% compra para animarse
Actividades de ocio	<ul style="list-style-type: none"> • Ir de copas: 56,7% • Ir de discotecas, bailar: 42,8% • Cine: 62,8% • Teatro: 25,3%
Indicador de Tolerancia a la Inmigración	181,9 (Media 176,7)



Jóvenes que han accedido al mercado laboral pero no se han independizado

Consideraciones finales

Nodo 1 →  Administran mensualmente 972,1 €

Edad media	28 años
Estatus	Medio-bajo/medio (75,8%)
Ocupación	Trabaja (72,1%), en paro (10,2%)
Estudios	Superiores (51,3%)
Vivienda habitual	Hogar propio independiente (69,3%)
Economía	Vive exclusivamente de sus ingresos (56,3%), con ayuda (31,8%)
Criterios elección producto	<ul style="list-style-type: none">• Calidad: 88,6%
Influencia en la compra	<ul style="list-style-type: none">• Las propias convicciones: 65,6%• La familia: 20,5%
Relación con el consumo	<ul style="list-style-type: none">• El 37,5% cuando le gusta algo no se lo quita de la cabeza• El 22,4% compra cuando esta triste
Actividades de ocio	<ul style="list-style-type: none">• Deporte: 84,5%• Viajar: 70,2%• Periódicos: 74,1%• Radio: 87,5%
Indicador de Tolerancia a la Inmigración	168,3 (Media 176,7)



Jóvenes independizados de estatus medio amplio

Consideraciones finales