



sondeo de opinión

4ª encuesta 2006

CONCLUSIONES

Juventud,
Economía y Consumo



injuve

INTOLERANTES
ANONIMOS.ORG

somos **diferentes**
somos **iguales**



SONDEO DE OPINIÓN Y SITUACIÓN DE LA GENTE JOVEN (4ª encuesta de 2006)

Juventud, Economía y Consumo

ÍNDICE

	Página
<i>Presentación</i>	<i>3</i>
<i>El perfil de los jóvenes consultados</i>	<i>4</i>
1. <i>La Situación Económica de los jóvenes.....</i>	<i>7</i>
2. <i>El Consumo de los jóvenes.</i>	<i>12</i>
3. <i>La Relación de los jóvenes con entidades financieras.....</i>	<i>21</i>



SONDEO DE OPINIÓN Y SITUACIÓN DE LA GENTE JOVEN (4ª encuesta de 2006)

Juventud, Economía y Consumo

Presentación

El sondeo que aquí se presenta corresponde a las opiniones de los/as jóvenes sobre su economía y su consumo. Estos aspectos juegan un papel esencial en los procesos de independencia, emancipación y socialización de los jóvenes.

1. El primero de los apartados remite a la situación económica de los jóvenes. Recoge información sobre la situación ocupacional, los ingresos propios y los ajenos, la capacidad de administración de gastos y la cantidad de dinero disponible para vivienda y alimentación.
2. El segundo tema abordado es el del consumo juvenil. Se ha consultado a los jóvenes sobre una serie de cuestiones relativas al consumo (frecuencia y gasto): productos y actividades de ocio, gastos extraordinarios, criterios y comportamientos a la hora de comprar y valoración de sus necesidades.
3. La tercera de las cuestiones tratadas en este sondeo remite a la relación de los jóvenes con las entidades bancarias. Se ha recogido información sobre la capacidad de ahorro juvenil, sobre los tipos de cuentas bancarias de que disponen y sobre los créditos concedidos por dichas entidades.

El perfil de los jóvenes consultados

El perfil de los/as jóvenes que han participado en la encuesta correspondiente a la cuarta consulta del año 2006, y de cuyas opiniones se da cuenta a continuación, se puede concretar en torno al siguiente perfil sociodemográfico:

- Se trata de un número ligeramente superior de hombres (52%) que de mujeres (48%).
- En cuanto a la edad, tienen más peso los grupos a medida que ésta aumenta; así el grupo de 15 a 19 años representa el 26% de la muestra, el grupo de 20 a 24 años supone el 33% y el correspondiente a los más mayores (25 a 29 años) representa el 41%. A la hora de interpretar los resultados y opiniones habrá que tener presente el mayor peso demográfico de las cohortes juveniles de mayor edad.
- Nueve de cada diez jóvenes consultados son españoles. El diez por ciento restante corresponde a jóvenes de otras nacionalidades, entre quienes destacan especialmente los procedentes de Latinoamérica (5%), de Europa del Este (2%) y del Norte de África (1%).
- El año de llegada a España de los jóvenes procedentes de otros países que han participado en esta consulta en un 15% corresponde a jóvenes que llegaron a nuestro país antes del año 2000, un 50% lo hicieron entre 2000 y 2003 y un 33% llegaron a España entre 2004 y 2006.
- Con respecto al estado civil (o la situación de convivencia) del conjunto de jóvenes consultados, la gran mayoría están solteros (78%), un 12% están casados y un 9% viven en pareja.
- El lugar de residencia habitual de la mayor parte de los jóvenes es el domicilio familiar (64%), uno de cada cuatro (27%) vive en un hogar independiente de la familia de origen y un 9% comparte vivienda con otras personas.
- La situación económica personal que tienen los encuestados muestra que la mayor parte (27%) vive exclusivamente de los ingresos de

otras personas (generalmente de los padres). El grupo de quienes viven exclusivamente de ingresos propios supone un 27%. Los jóvenes que viven principalmente de sus ingresos pero reciben ayuda de otras personas representan el 22%. Y por último, un 18% declara vivir principalmente de los ingresos de otras personas, aunque con algunos ingresos propios.

- En cuanto a la dependencia o independencia económica, encontramos que son mayoría quienes declaran tener una economía plenamente integrada en la familiar (42%); seguidos de aquellos que afirman disponer de una economía plenamente independiente (28%) y de quienes cuentan con una situación de semiindependencia (28%).
- La situación ocupacional de la mayor parte de los jóvenes participantes en esta consulta es la de dedicación exclusiva al trabajo (43%). Quienes se dedican exclusivamente a estudiar suponen el 29%. Los que compatibilizan trabajo y estudio representan el 15%. Y por último aparece un 10% de jóvenes que se encuentra en paro.
- Los jóvenes que trabajan o han trabajado con anterioridad se dedican o dedicaban en mayor proporción a trabajos cualificados o semicualificados (27%), seguidos de quienes trabajan o trabajaban como personal de servicios (19%), de los profesionales y técnicos (18%), de los comerciantes y vendedores (13%) y de quienes realizan o realizaban trabajos administrativos. (12%).
- Los jóvenes trabajadores y los parados tienen o tenían sobre todo trabajos con contrato temporal (50%), un 41% son o eran asalariados fijos y un 5% corresponden a trabajadores por cuenta propia.
- La inmensa mayoría de estos jóvenes trabajan o trabajaban en la empresa privada (86%), mientras que un 10% se ocupan u ocupaban en la Administración Pública.
- El Nivel de estudios terminados de los encuestados en la mayor parte de los casos corresponde a la ESO o bachiller elemental (31%), seguido por los jóvenes que disponen del bachillerato de LOGSE (22%), por quienes tienen estudios primarios de LOGSE (11%), por los que tienen formación profesional superior (9%), por los diplomados (8%), por los licenciados (7%) y por quienes tienen estudios de Formación Profesional de grado medio (7%).

Juventud, Economía y Consumo

- En materia de religión, la mayor parte de los jóvenes se declara católico no practicante (52%), seguido de quienes afirman ser católicos practicantes (12%). Los no creyentes suponen uno de cada ocho (13%). Y quienes se definen como indiferentes en materia religiosa representan el 11%.
- En torno a tres de cada cuatro participantes en esta consulta (73%) cursaron sus estudios primarios en un colegio público; un 20% lo hicieron en un centro religioso y un 6% estudiaron la enseñanza primaria en un colegio privado laico.
- Ideológicamente, los jóvenes consultados se ubican mayoritariamente en el centro político. Así, en la escala de derecha a izquierda, que va del 1 al 10, los jóvenes se sitúan en una media del 4,6.
- La persona que aporta más ingresos en el hogar de residencia es en el 35% de los casos el propio entrevistado o su cónyuge y en el 61% dicha persona principal corresponde a los progenitores (mayoritariamente al padre).
- La formación concluida de la persona principal de la familia de los jóvenes es mayoritariamente de nivel primario (47%); quienes disponen de formación secundaria suponen uno de cada cuatro (26%) y quienes tienen estudios superiores representan el 18%.
- El 90% de las personas que aportan más dinero al hogar se encuentran trabajando y un 7% son pensionistas.
- Dos de cada tres de las personas principales trabajan o trabajaban como asalariados fijos, un 13% son trabajadores autónomos, un 10% son trabajadores con contrato temporal y un 9% corresponden a empresarios o profesionales con asalariados a su cargo.
- En torno a tres de cada cuatro (78%) de las personas que aportan más ingresos a la economía familiar trabajan en la empresa privada, frente a uno de cada cinco (19%) que lo hacen en la Administración pública.

I. SITUACIÓN ECONÓMICA DE LOS JÓVENES

El 27% de los/as jóvenes españoles consultados gozan de una economía totalmente independiente; es decir, viven exclusivamente de sus ingresos. El resto (73%), depende en mayor o menor medida de la ayuda económica de otras personas para vivir. (especialmente los padres)

La independencia económica plena entre la juventud parece afianzarse lentamente en los últimos años. En el año 2000, el número de jóvenes plenamente independientes suponía el 17% de jóvenes; en el 2002 representaba el 23% y a finales del 2006 ascendía hasta el 27%.

JÓVENES ECONÓMICAMENTE INDEPENDIENTES.

2000	2002	2006
19%	23%	27%

Fuente: INJUVE, Informe Juventud 2000 y Sondeos de opinión 2002 y 2006.

LA INDEPENDENCIA ECONÓMICA PLENA ENTRE LA JUVENTUD PARECE AFIANZARSE LENTAMENTE EN LOS ÚLTIMOS AÑOS. DEL 19% DE JÓVENES INDEPENDIENTES EN 2000 SE HA PASADO EL 27% EN 2006.

El perfil de los jóvenes plenamente independientes corresponde en mayor medida a aquellos que únicamente trabajan, son en su mayoría las personas que aportan más ingresos a la economía familiar, se trata principalmente de hombres de entre 25 y 29 años, que viven en casa propia y que están casados o viviendo en pareja. Es muy significativo señalar que estos jóvenes económicamente independientes son mucho más frecuentes entre el colectivo de jóvenes de nacionalidad extranjera que entre los españoles.

Los jóvenes totalmente dependientes se dedican sobre todo a estudiar, viven en el domicilio familiar, siendo el padre la persona que aporta la mayor parte de los ingresos. Lógicamente, corresponden a los jóvenes de menor edad, en mayor medida mujeres que hombres y más frecuentes entre los jóvenes españoles que entre los extranjeros.

Los que están en situación de independencia económica o semiindependencia (viven de sus ingresos aunque necesitan alguna ayuda económica) son ligeramente menos (48%) que aquellos en situación de dependencia (viven de los ingresos de otras personas con o sin ingresos propios) 51%.

NIVEL DE INDEPENDENCIA DE LOS JÓVENES

	JÓVENES DEPENDIENTES (Total o Parcialmente)	JÓVENES AUTOSUFICIENTES
Año 2002	56%	44%
Año 2006	51%	48%

Fuente: INJUVE, Sondeos de opinión 2002 y 2006.

LOS JÓVENES AUTOSUFICIENTES SON EN SU MAYORÍA JÓVENES HOMBRES, CORRESPONDIENTES A LOS GRUPOS DE MAYOR EDAD, TRABAJADORES, QUE VIVEN EN UNA ECONOMÍA INDEPENDIENTE, Y QUE ESTÁN CASADOS O EMPAREJADOS

Entre los jóvenes *autosuficientes* predominan los trabajadores, quienes aportan mayores ingresos a la economía familiar, los jóvenes pertenecientes a los grupos de mayor edad, que viven en casa propia, que están casados o emparejados; se trata en mayor proporción de hombres que de mujeres y son más frecuentes entre el colectivo de jóvenes extranjeros.

Por el contrario, entre los jóvenes dependientes son mayoría quienes se dedican a estudiar, que aquellos jóvenes con una economía integrada en la familiar. Pertenecen sobre todo a los colectivos de menor edad, son sobre todo solteros en mayor proporción mujeres que hombres y son más frecuentes entre los jóvenes españoles.

LOS JÓVENES AUTOSUFICIENTES CORRESPONDEN EN MAYOR PORCENTAJE A LOS JÓVENES EXTRANJEROS QUE A LOS ESPAÑOLES

PERFIL DE LOS JÓVENES EN CUANTO A SU NIVEL DE INDEPENDENCIA ECONÓMICA

JÓVENES DEPENDIENTES (Total o Parcialmente)	JÓVENES AUTOSUFICIENTES
Estudian	Trabajan
Economía integrada	Economía independiente
Entre los más jóvenes	Entre los más mayores
Viven casa familiar	Viven casa propia
Solteros	Casados/En pareja
Mujeres	Hombres
Españoles	Extranjeros.

Quienes tienen ingresos propios de algún tipo, los obtienen fundamentalmente de un trabajo regular (70%) y en menor medida de trabajos esporádicos (23%).

Quienes disponen de un trabajo regular son en mayor proporción hombres que mujeres, de entre 25 y 29 años, que aportan la mayor parte de ingresos en el hogar, que viven de forma independiente y están

LOS JÓVENES QUE TIENEN INGRESOS PROPIOS DE ALGÚN TIPO, LOS OBTIENEN FUNDAMENTALMENTE DE UN TRABAJO REGULAR (70%) Y EN MENOR MEDIDA DE TRABAJOS ESPORÁDICOS (23%)

casados o emparejados. Son más frecuentes entre los extranjeros que entre los jóvenes españoles.

Los que tienen trabajos esporádicos son ligeramente más mujeres que hombres, cuya edad no supere los 24 años, cuya única ocupación es estudiar, viven en el hogar familiar, donde los padres aportan la mayor parte del dinero y en mayor medida están solteros.

El uso de estos ingresos propios casi en la mitad de los casos (46%) es para su uso y disfrute, un 13% se queda con la mayor parte y entrega el resto en su casa, un 9% entrega la mayor parte y se queda con el resto y un 11% entrega la totalidad de dichos ingresos a la economía familiar. El 21% restante de jóvenes no contesta a esta cuestión.

USO Y DISFRUTE DE LOS INGRESOS PROPIOS DE LOS JÓVENES

ENTREGAN TODO O CASI TODO EN CASA	SE QUEDAN TODO O CASI TODO
20%	59%

Haciendo una lectura distinta, se puede afirmar que casi la mitad de los jóvenes disfrutan en exclusiva de sus ingresos propios (46%). Frente a ellos, aparece un tercio de jóvenes (33%) que entrega una parte o la totalidad de dichos ingresos en casa para el sustento de la economía familiar.

Los que viven exclusivamente de los ingresos de otras personas (entre los que se incluye a las mujeres amas de casa), disponen de una media de 36 euros semanales. Estos jóvenes dependientes disponen de mayor cantidad de dinero a medida que aumenta su edad. El colectivo de casados dependientes (sobre todo amas de casa) dispone de mucha mayor cantidad de dinero para sus gastos al ser copartícipe de la economía familiar de la pareja.

La mayor parte de los consultados declara disponer de una economía plenamente dependiente, integrada en la familiar (42%), un 28% tiene una economía en parte independiente y un 29% declara disponer de una economía independiente.

Los jóvenes que disponen de una economía dependiente (totalmente integrada en la familiar) son sobre todo estudiantes, que viven en la casa



SONDEO DE OPINIÓN Y SITUACIÓN DE LA GENTE JOVEN
(4ª encuesta de 2006)

Juventud, Economía y Consumo

LOS JÓVENES CON UNA ECONOMÍA INDEPENDIENTE TIENEN ENTRE 25 Y 29 AÑOS, SON QUIENES APORTAN LA MAYOR PARTE DE LOS INGRESOS DE SU HOGAR, SE DEDICAN A TRABAJAR, Y ESTÁN CASADOS O EMPAREJADOS.

de la familia de origen, pertenecientes a los grupos de menor edad, solteros y de nivel socioeconómico medio.

Quienes disponen de una economía independiente son los que aportan la mayor parte de los ingresos de su hogar, que se dedican en exclusiva a trabajar, pertenecientes al grupo de 25 a 29 años y que están casados o emparejados.

Los jóvenes con una economía semiindependiente son aquellos que compatibilizan trabajo y estudio, que viven en la residencia familiar, son más frecuentes a medida que aumenta la edad y en mayor proporción están solteros.

TIPOS DE ECONOMÍA DE LA QUE DISPONEN LOS JÓVENES

ECONOMÍA DEPENDIENTE (42%)	ECONOMÍA SEMIINDEPENDIENTE (28%)	ECONOMÍA INDEPENDIENTE (29%)
Estudian	Estudian y trabajan	Trabajan
Entre los más jóvenes	A mayor edad	Entre los más mayores
Viven casa familiar	Viven casa familiar	Viven casa propia
Solteros	Solteros	Casados/En pareja
Clase media		Aportan mayor dinero

LOS GASTOS QUE LOS JÓVENES DECIDEN Y ADMINISTRAN CORRESPONDEN SOBRE TODO A LOS GASTOS DE ROPA Y CALZADO (93%), A LOS DE OCIO (80%) Y A LOS DE TRANSPORTE (80%)

En cuanto al capítulo de gastos que los jóvenes deciden y administran libremente destacan los gastos de vestido y calzado (93%), los de ocio o entretenimiento (93%) y los de transporte (80%). Siendo mucho menos frecuente que los jóvenes administren los gastos de estudios (41%), alimentación (24%) y vivienda (19%).

Los gastos de vivienda y alimentación son decididos y administrados sobre todo por los jóvenes casados o emparejados que viven en casa propia.

Los gastos de vestido y calzado, así como los de transporte y entretenimiento son decididos en mayor medida por los jóvenes solteros que viven en la familia de origen y que se encuentran estudiando.

PERFILES DE JÓVENES EN FUNCIÓN DE LOS GASTOS QUE DECIDEN Y ADMINISTRAN

GASTOS DE VIVIENDA Y ALIMENTACIÓN	GASTOS DE TRANSPORTE Y ENTRETENIMIENTO
Casados Viven en casa propia	Estudiantes solteros Viven en casa familia

LA CANTIDAD DE DINERO DE LA QUE DISPONEN LOS JÓVENES PARA LOS GASTOS QUE DECIDEN Y ADMINISTRAN SUPONE CASI CIEN EUROS A LA SEMANA (98,10) DE MEDIA Y DE 480 MENSUALES.

Los/as jóvenes que disponen de una economía independiente y deciden y administran los gastos de vivienda gastan una media de 360 euros en el alquiler de la misma (quienes viven alquilados) y de 520 euros en el pago de la hipoteca (aquellos que han adquirido una vivienda en propiedad). En estos casos, los gastos de mantenimiento (agua, luz, teléfono, etc) suponen alrededor de 128 euros. En cuanto a los gastos de alimentación suponen 283 euros mensuales de media.

La cantidad de dinero del que disponen los jóvenes para los gastos que deciden y administran supone casi cien euros a la semana (98,10) de media y de 480 mensuales.

Esta cantidad de dinero aumenta en función del sexo (los hombres disponen de más dinero que las mujeres para estos gastos). La cantidad de ingresos también se incrementa con la edad, a medida que aumenta la independencia económica, entre quienes viven en casa propia; entre los casados y emparejados y entre los jóvenes españoles más que entre los extranjeros.

MIENTRAS LOS JÓVENES PERMANECEN EN LA FAMILIA DE ORIGEN ADMINISTRAN LOS GASTOS DE OCIO Y TRANSPORTE; CUANDO COMIENZAN A VIVIR DE FORMA INDEPENDIENTE COMIENZAN A ADMINISTRAR LOS GASTOS DE VIVIENDA Y ALIMENTACIÓN.

La situación de residencia y la de convivencia son las variables que mejor explican las decisiones relativas a los gastos juveniles. Mientras los jóvenes viven en el domicilio de origen y permanecen solteros, en mayor medida deciden los gastos de ocio, transporte y estudios; una vez que comienzan a vivir de forma independiente y se casan o emparejan comienzan a administrar mayoritariamente los gastos de vivienda y alimentación.

II. EL CONSUMO DE LOS/AS JÓVENES

Las principales actividades de ocio que realizan con una cierta frecuencia los jóvenes (al menos una vez al mes) son ir a bares y cafeterías (74%), comer fuera de casa (55%), ir al cine o al teatro (48%) e ir a discotecas o salas de baile (45%). Es menos frecuente que realicen salidas de fines de semana o excursiones (22%), realicen botellón (20%) o acudan a instalaciones deportivas (20%). Y es todavía menos habitual que asistan a espectáculos deportivos (11%), a espectáculos musicales y a conciertos (10%) o que acudan a salas de juego y salones recreativos (9%).

Las actividades que realizan con más frecuencia son aquellas a las que destinan un mayor gasto, así los jóvenes gastan en comer fuera de casa una media de 62 euros al mes; en ir a discotecas gastan 51 euros y los gastos en bares y cafeterías suponen alrededor de 39 euros mensuales.

Los chicos realizan estas actividades de ocio con más frecuencia que las chicas, si exceptuamos la asistencia al cine y al teatro y hacer excursiones, actividades éstas que son realizadas en mayor medida por ellas.

Actividades de ocio en función del sexo de los jóvenes

HOMBRES	MUJERES
Ir a bares y cafeterías Comer fuera de casa Ir a discotecas o salas de baile	Ir al cine o al teatro Hacer excursiones

En todas las actividades de consumo mencionadas el gasto es mayor por parte de los hombres que por parte de las mujeres.

La edad de los jóvenes determina la frecuencia y el gasto en actividades de ocio. A medida que aumenta la edad es más frecuente que los jóvenes realicen actividades de entretenimiento que implican gasto. La cantidad de dinero que destinan a dichas actividades también se incrementa cuando aumenta la edad de los jóvenes.

La situación ocupacional también condiciona notablemente la frecuencia en las actividades de ocio y el mayor o menor gasto. El hecho de disponer de trabajo y por tanto de una remuneración, implica poder

LOS CHICOS REALIZAN CON MÁS FRECUENCIA Y MAYOR GASTO ACTIVIDADES DE OCIO QUE LAS CHICAS.

SÓLO UN 13% DE JÓVENES DICE "HACER BOTELLÓN" TODAS LAS SEMANAS, FRENTE AL 67% QUE AFIRMA NO HACERLO NUNCA.



SONDEO DE OPINIÓN Y SITUACIÓN DE LA GENTE JOVEN (4ª encuesta de 2006)

Juventud, Economía y Consumo

EL BOTELLÓN ES UNA ACTIVIDAD ASOCIADA A LA OCUPACIÓN EN LOS ESTUDIOS. CUANDO SE EMPIEZA A TRABAJAR ES MÁS FRECUENTE ACUDIR A BARES Y CAFETERÍAS Y COMER FUERA DE CASA.

realizar más frecuentemente actividades de ocio que supongan gastos y gastar más en dichas actividades.

- Mientras se estudia es más frecuente que los jóvenes realicen botellón.
- Quienes únicamente trabajan y quienes estudian y trabajan acuden más frecuentemente a bares y cafeterías y comen más fuera de casa.

Los que disponen de mayor cantidad de ingresos propios son quienes realizan un mayor número de actividades mensuales que requieren un desembolso económico y son también quienes más dinero gastan en ellas.

La frecuencia y el gasto en la compra de una serie de objetos para uso personal de los jóvenes nos ofrece algunas claves para entender las pautas de consumo de nuestros jóvenes.

Los jóvenes consumen frecuentemente ropa y calzado (59%) y productos y servicios para su cuidado personal (peluquería, perfumería...) _ 48% _ . Otros objetos que consumen con una relativa frecuencia son revistas (32%), discos y CD (26%), libros (24%) y periódicos (23%). Y es menos frecuente entre los jóvenes la compra de películas en DVD (14%), de juegos de ordenador o videoconsola (4%) y de tebeos y comics (3%).

EL GASTO EN ROPA Y CALZADO QUE SUPONE ALREDEDOR DE 82 EUROS MENSUALES DE MEDIA.

En cuanto al gasto en estos productos destaca especialmente el gasto en ropa y calzado que supone alrededor de 82 euros mensuales de media.

El sexo de los jóvenes ofrece algunas diferencias en cuanto al consumo de estos productos y servicios.

- Las mujeres realizan más frecuentemente que los hombres compras de ropa, productos para su cuidado personal, libros y revistas.
- Los chicos compran con más frecuencia que las chicas periódicos, tebeos, películas en DVD y juegos de ordenador.

ACTIVIDADES DE OCIO EN FUNCIÓN DEL SEXO DE LOS JÓVENES

HOMBRES	MUJERES
Periódicos	Revistas
Tebeos, comics	Libros
Películas	Ropa y calzado
Juegos de ordenador	Productos para el cuidado de la imagen

AUNQUE LAS MUJERES DECLARAN COMPRAR MÁS FRECUENTEMENTE ROPA Y CALZADO QUE LOS HOMBRES, SIN EMBARGO GASTAN UNA MEDIA DE ONCE EUROS MENOS AL MES EN DICHS PRODUCTOS QUE ELLOS.

En cuanto al gasto en estos productos, en la mayor parte de los mismos, los chicos gastan al mes algo más de dinero que las chicas. Tan sólo en el cuidado de la imagen personal son las chicas quienes afirman gastar más dinero que los chicos al mes (14 euros más). Llama la atención que aunque las mujeres declaran comprar más frecuentemente ropa y calzado, sin embargo gastan una media de once euros menos al mes en dichos productos que los hombres.

La dedicación de los jóvenes al estudio y/o al trabajo determina la frecuencia en la compra y en el nivel de gasto de objetos para el entretenimiento. Quienes trabajan y quienes estudian y trabajan son quienes más frecuentemente compran estos productos de ocio. Y lógicamente, también son quienes destinan una mayor cantidad de dinero mensual para la adquisición de estos objetos.

La disposición de recursos propios (exclusivos o completados por recursos ajenos) determina una mayor frecuencia y un mayor gasto en este tipo de productos de ocio.

EL 93% DE LOS JÓVENES CONSUME Y GASTA DINERO MÁS DE UNA VEZ AL MES EN TELÉFONO MÓVIL. Y UN 43% DECLARA HABER COMPRADO UN TELÉFONO MÓVIL EN EL ÚLTIMO AÑO

Además de estos gastos aparecen otra variedad de productos de consumo que los jóvenes usan frecuentemente. El producto estrella es el teléfono móvil, el 93% consume y gasta dinero más de una vez al mes en este servicio. El gasto en transporte es bastante frecuente: casi la mitad de los consultados (46%) cuenta entre sus gastos mensuales el transporte en vehículo propio y un 38% afirma gastar mensualmente en transporte público.

Otros productos que consumen frecuentemente son el tabaco (38%), los anticonceptivos (30%) y los gastos en juegos de azar y loterías (26%).

En cuanto a los gastos medios en estos servicios predomina el del vehículo propio al que los jóvenes destinan casi 85 euros mensuales. Le



SONDEO DE OPINIÓN Y SITUACIÓN DE LA GENTE JOVEN (4ª encuesta de 2006)

Juventud, Economía y Consumo

siguen los gastos de tabaco (54 euros), los de teléfono móvil (35 euros), el transporte público (29 euros), el gasto en loterías (19 euros) y los anticonceptivos (16 euros).

La mayor parte de estos productos y servicios son consumidos más frecuentemente por los chicos que por las chicas, destacando como actividades especialmente masculinas el uso del coche propio y el gasto en juegos de azar y loterías. En cuanto al gasto en todos estos productos gastan más dinero los chicos que las chicas, excepto en teléfono móvil donde hombres y mujeres tienen la misma capacidad de gasto mensual.

Tanto la frecuencia de consumo como el gasto de estos productos se incrementa a medida que los jóvenes son más mayores, siendo el colectivo de mayor edad (25-29 años) el que tiene mayor capacidad de este tipo de consumos.

2.1. COMPRAS EN EL ÚLTIMO AÑO PARA USO PERSONAL DE LOS/AS JÓVENES.

Siguiendo con el consumo juvenil, se les ha preguntado también por la compra de una serie de productos en el último año. Más de la mitad de los consultados (55%) afirmó haber comprado material y prendas deportivas y un 43% adquirió un teléfono móvil.

La adquisición de productos tecnológicos en el último año ha sido bastante frecuente entre la juventud española. Un 26% afirma haber comprado un reproductor de música (CDs, MP3), un 23% una cámara digital y un 20% afirma haber adquirido un ordenador. Quienes han comprado un aparato de video o DVD suponen el 18%, un televisor el 17% y una cadena de música el 11%.

Los que han comprado coche en el último año representan un 17% y moto un 6%. También aparece un 5% que dice haber comprado algún instrumento musical.

En cuanto a los costes aproximados en dichos productos, el más elevado lógicamente corresponde al gasto de automóvil con una media de casi 11.325 euros y de moto con 2.982 euros. La media de gastos en el resto de productos resulta similar al precio medio de mercado de esos productos.

LA ADQUISICIÓN DE PRODUCTOS TECNOLÓGICOS SE ESTÁ INCREMENTANDO ENTRE LA JUVENTUD. SIRVA COMO EJEMPLO QUE UN 20% DE JÓVENES COMPRÓ EL AÑO PASADO UN ORDENADOR PERSONAL.

El desembolso de dinero para todos estos productos en la mayor parte de los casos lo han pagado los propios jóvenes con su dinero, aunque también es bastante frecuente que sean los padres quienes desembolsen el dinero para la adquisición de este tipo de objetos.

Los chicos en mayor medida que las chicas suelen pagar con su dinero este tipo de productos de consumo. Mientras que ellas en mayor proporción que ellos dependen del dinero de sus padres para comprar estos objetos.

El gasto medio en la mayoría de estos objetos de consumo es mayor por parte de los chicos que de las chicas.

La edad de los jóvenes determina en buena medida los hábitos de consumo de los jóvenes:

- Las compras de material y prendas deportivas y de reproductores de CD y MP3 son más frecuentes entre los más jóvenes (15-17 años).
- Las compras de teléfono móvil son más habituales entre los jóvenes de entre 18 y 24 años.
- La adquisición de moto es más frecuente hasta los 24 años, mientras que la compra de coche aumenta a partir de los 20 años.
- La compra de productos electrónicos como cámaras digitales o aparatos de video aumenta a medida que aumenta la edad de los jóvenes.

Del mismo modo, la edad determina quién corre a cargo con el gasto en estos productos: hasta los 18 años son principalmente los padres quienes costean estas compras, mientras que a partir de la mayoría de edad es más habitual que los costes en estos productos corran por cuenta de los propios jóvenes; tendencia que aumenta a medida que se van haciendo más mayores.

Lógicamente a medida que aumenta la edad, se incrementa el gasto medio anual en estos productos, siendo el grupo de mayor edad (25-29 años) quienes más dinero gastan en estos objetos de consumo.

La mayor disponibilidad de recursos propios por parte de los jóvenes es proporcional al aumento en la compra de la mayor parte de estos productos y a la cantidad de dinero que se destina para su adquisición.

EL GASTO MEDIO EN PRODUCTOS DE CONSUMO ES MAYOR ENTRE LOS HOMBRES QUE ENTRE LAS MUJERES JÓVENES.



SONDEO DE OPINIÓN Y SITUACIÓN DE LA GENTE JOVEN (4ª encuesta de 2006)

Juventud, Economía y Consumo

La dedicación de los jóvenes al estudio y/o al trabajo tiene incidencia sobre sus hábitos de consumo de estos productos:

- Los jóvenes dedicados únicamente al estudio tienen menos capacidad de consumo y de gasto en esta serie de productos; y suelen ser los padres quienes costean estos gastos.
- Quienes compatibilizan estudio y trabajo y especialmente los jóvenes trabajadores son quienes disponen de mayor capacidad de consumo y de gasto. Mayoritariamente son ellos mismos quienes pagan con su dinero los gastos en dichos objetos.

2.2. GASTOS EXTRAORDINARIOS.

Otros gastos frecuentes de los jóvenes que se pueden considerar como extraordinarios son los gastos anuales en libros de estudio y material escolar (39%), en matrículas de curso (37%), en vacaciones sin la familia (35%), en inscripciones en actividades deportivas (17%) y en otros viajes extraordinarios sin la familia (16%).

De estos gastos extraordinarios, en el caso de los costes escolares (matrículas, libros, etc.) es más frecuente que corran a cargo de los padres, mientras que los gastos en viajes y vacaciones y en actividades deportivas es más habitual que sean sufragados por ellos mismos.

Los costes medios de estas actividades son de 147 euros en material escolar y libros, de 474 en matrículas de cursos, de 595 en vacaciones y de 90 euros en actividades deportivas.

Estas actividades son más frecuentes entre las mujeres que entre los hombres, salvo en las inscripciones en actividades deportivas que son ligeramente más habituales entre los chicos que entre las chicas.

En cuanto al coste de estas actividades, las chicas gastan más que los chicos en actividades de formación (matrículas de cursos y material escolar), mientras que los chicos gastan más que ellas en viajes y vacaciones y en actividades deportivas.

LOS COSTES MEDIOS DE LOS GASTOS EXTRAORDINARIOS DE LOS JÓVENES SON DE 474 EUROS EN MATRÍCULAS DE CURSOS, DE 595 EUROS EN VACACIONES Y DE 90 EUROS EN ACTIVIDADES DEPORTIVAS.

LAS CHICAS GASTAN MÁS QUE LOS CHICOS EN ACTIVIDADES DE FORMACIÓN (MATRÍCULAS Y MATERIAL ESCOLAR), MIENTRAS QUE ELLOS GASTAN MÁS QUE ELLAS EN ACTIVIDADES LÚDICAS (VIAJES Y VACACIONES Y ACTIVIDADES DEPORTIVAS).

**GASTO EN ACTIVIDADES EXTRAORDINARIAS
 EN FUNCIÓN DEL SEXO DE LOS JÓVENES**

HOMBRES	MUJERES
Actividades de formación (matrículas de cursos y material escolar)	Gastos de entretenimiento (viajes y actividades deportivas)

La edad determina en buena medida el comportamiento de los jóvenes ante esta clase de gastos extraordinarios:

- A más temprana edad (15-17 años) es más frecuente el gasto en actividades de formación y que suelen ser costeadas por los padres
- A medida que aumenta la edad se incrementa el consumo en actividades lúdicas, especialmente en vacaciones sin la familia.
- Estos gastos tienden a incrementarse con la edad; y a medida que los jóvenes son más mayores suelen costearlos en mayor proporción con ingresos propios.

La disponibilidad de recursos propios (exclusivos o complementados con ajenos) por parte de los jóvenes incide sobre la mayor frecuencia de actividades lúdicas (viajes y vacaciones) pagadas por los propios jóvenes.

La dedicación de los jóvenes condiciona los comportamientos juveniles de estos consumos:

- En la medida que los jóvenes se dedican únicamente al estudio es más frecuente el gasto en actividades formativas (matrículas y material escolar) que suelen ser pagadas por los padres.
- Quienes simultanean trabajo y estudio, lógicamente, mantienen entre sus gastos extraordinarios aquellos relativos al estudio, pero también es bastante frecuente el gasto en actividades de ocio como los viajes y las vacaciones y en inscripciones en actividades deportivas. La mayor parte de estos gastos corren por cuenta de los propios jóvenes.

2.3. CRITERIOS A LA HORA DE COMPRAR ROPA Y COMPLEMENTOS

Los criterios tomados en cuenta por los jóvenes a la hora de comprar ropa y complementos son por orden de importancia *_en una escala donde 0 es "no lo tienes en cuenta en absoluto" y 10 significa "lo tienes muy en cuenta"_,* la comodidad (8,3), la calidad (7,7) y el precio (7,6).

LA DISPONIBILIDAD DE RECURSOS PROPIOS (EXCLUSIVOS O COMPLEMENTADOS CON AJENOS) POR PARTE DE LOS JÓVENES INCIDE SOBRE LA MAYOR FRECUENCIA DE ACTIVIDADES LÚDICAS (VIAJES Y VACACIONES) PAGADAS POR LOS PROPIOS JÓVENES.



SONDEO DE OPINIÓN Y SITUACIÓN DE LA GENTE JOVEN
(4ª encuesta de 2006)

Juventud, Economía y Consumo

LOS CRITERIOS MÁS TOMADOS EN CUENTA POR LOS JÓVENES A LA HORA DE COMPRAR ROPA Y COMPLEMENTOS SON LA COMODIDAD, LA CALIDAD Y EL PRECIO.

También le conceden importancia, aunque en menor medida, a las cuestiones de moda (la originalidad _ 6,0_, que no desentone _ 5,8_ y que esté de moda _ 5,6_). Por el contrario, los jóvenes le conceden menor importancia a la marca (4,8), a que destaque (4,3) y menos aún a la publicidad (3,3).

Los criterios a la hora de comprar ropa por parte de los jóvenes ofrece patrones de comportamiento diferentes entre chicos y chicas:

- Las mujeres le conceden mayor importancia que los hombres al precio, a que esté de moda, a que sea original y a que no desentone.
- Los hombres le conceden más importancia que las mujeres a la comodidad, la calidad y la marca.

CRITERIOS A LOS QUE LOS JÓVENES LE CONCEDEN MAYOR IMPORTANCIA A LA HORA DE COMPRAR SEGÚN SEXO

HOMBRES	MUJERES
La comodidad La calidad La marca	El precio, Que esté de moda Que sea original Que no desentone.

En cuanto a la edad también se observan algunas diferencias en cuanto a los criterios juveniles a la hora de comprar ropa y complementos.

- Los más jóvenes (15-17 años) le conceden mayor importancia que el resto a la marca, a que esté de moda, a que destaque y a la publicidad.
- A partir de los 18 años le conceden importancia al precio.
- Los que pertenecen al grupo de mayor edad (25 a 29 años) le conceden mayor importancia que los más jóvenes (15-17 años) a la comodidad, el precio y la calidad.

CRITERIOS A LOS QUE LOS JÓVENES LE CONCEDEN MAYOR IMPORTANCIA A LA HORA DE COMPRAR SEGÚN EDAD

A MENOR EDAD	A MAYOR EDAD
La marca Que esté de moda Que destaque La publicidad	El precio, La comodidad La calidad



SONDEO DE OPINIÓN Y SITUACIÓN DE LA GENTE JOVEN (4ª encuesta de 2006)

Juventud, Economía y Consumo

LOS COMPORTAMIENTOS JUVENILES MÁS FRECUENTES A LA HORA DE COMPRAR SON COMPROBAR EL CAMBIO QUE TE DEVUELVEN (78%) Y APROVECHAR LAS OFERTAS Y REBAJAS (73%).

Los comportamientos más frecuentes entre los jóvenes (lo hacen siempre o casi siempre) a la hora de comprar o adquirir un producto son comprobar el cambio que te devuelven (78%), aprovechar las ofertas y rebajas (73%). Otras actuaciones o conductas menos frecuentes son comparar precios antes de comprar (58%), comprobar el etiquetado (57%) y comprobar la garantía (56%). El número de jóvenes que afirma comprar productos de marcas reconocidas supone el 40% de los encuestados.

A la hora de comprar ropa y complementos, las mujeres en mayor medida que los hombres suelen mirar el etiquetado, leen las instrucciones, comprueban el cambio, comparan precios y sobre todo aprovechan más las ofertas y rebajas. Los hombres por el contrario compran en mayor medida productos de marcas reconocidas y comprueban la garantía.

La edad también determina los comportamientos juveniles a la hora de comprar:

- Los más jóvenes (15-17 años) le conceden mayor importancia a los productos de marca a la hora de comprar.
- A partir de los 18 años suelen comprar en mayor medida aprovechando ofertas y rebajas.
- A medida que son más mayores tienden a tomar en mayor consideración el comprobado del etiquetado y de las instrucciones de uso, la garantía y la comparación de precios antes de comprar.

2.4. VALORACIÓN DE NECESIDADES.

LOS OBJETOS Y PRODUCTOS CONSIDERADOS MÁS NECESARIOS POR LOS JÓVENES SON EN ORDEN DE IMPORTANCIA DISPONER DE UNA VIVIENDA, DE UN COCHE Y DE UN TELÉFONO MÓVIL.

Los objetos y productos a los que los jóvenes conceden mayor importancia y por tanto les parecen más necesarios, corresponden con disponer de una vivienda propia, de un coche y de un teléfono móvil. También consideran necesario aunque en menor medida un ordenador, un equipo de música, un televisor y un DVD. Y mayoritariamente no consideran necesarios objetos como un vídeo, una moto o una segunda residencia en el campo.

Los jóvenes que consideran más necesarios la casa propia y el coche son sobre todo jóvenes mayores de 20 años, que trabajan y que viven en una economía semiindependiente.



SONDEO DE OPINIÓN Y SITUACIÓN DE LA GENTE JOVEN (4ª encuesta de 2006)

Juventud, Economía y Consumo

El coche aparece como un objeto más necesario para los hombres que para las mujeres jóvenes.

El resto de objetos mencionados son considerados más necesarios por los jóvenes pertenecientes al grupo de menor edad (15-17 años), que se dedican únicamente a estudiar y que viven en una economía dependiente.

III. RELACIÓN CON ENTIDADES FINANCIERAS.

Más de la mitad de los jóvenes consultados (56%) declara ahorrar alguna cantidad de dinero a lo largo del año. Frente a ellos, el 44% restante declara no ahorrar cantidad alguna.

La cantidad media de dinero ahorrado anualmente es de 1.627 euros.

Resulta curioso observar que los grupos de jóvenes que declaran en mayor medida ahorrar dinero corresponden a aquellos que tienen entre 15 y 17 años y a quienes tienen entre 25 y 29 años. Aunque a medida que aumenta la edad de los jóvenes tiende a aumentar la cantidad de dinero que dicen ahorrar.

La disposición de recursos propios (exclusivos o complementados con los ajenos) propicia en mayor medida la posibilidad de ahorrar dinero. Siendo los que viven únicamente de recursos propios quienes tienen más capacidad de ahorro.

En ese mismo sentido apunta la relación del ahorro con el trabajo de los jóvenes. Los trabajadores tienen más capacidad de ahorro que aquellos que se dedican a estudiar o están parados.

El destino principal del ahorro juvenil es para la vivienda y la hipoteca (20%) y como reserva para posibles imprevistos (19%). Es menos frecuente que el destino de dicho dinero ahorrado sea para viajes (11%), para el coche (6%), para gastos propios (5%) o para ropa (5%).

La inmensa mayoría de jóvenes (83%) declara disponer de algún tipo de cuenta a su nombre en algún banco o caja de ahorros, frente al 17% restante que no dispone de cuenta bancaria.

**MÁS DE LA MITAD DE
LOS JÓVENES
CONSULTADOS
DECLARA AHORRAR
ALGUNA CANTIDAD
DE DINERO A LO
LARGO DEL AÑO.**

**EL DESTINO
PRINCIPAL DEL
AHORRO JUVENIL ES
PARA LA VIVIENDA Y
LA HIPOTECA (20%) Y
COMO RESERVA PARA
POSIBLES
IMPREVISTOS (19%).**

**LA GRAN MAYORÍA
DE LOS JÓVENES
CONSULTADOS (83%)
DECLARA DISPONER
DE ALGÚN TIPO DE
CUENTA A SU
NOMBRE EN ALGÚN
BANCO O CAJA DE
AHORROS**

En la medida que los jóvenes van siendo más mayores, que van disponiendo de más recursos propios, que disponen de trabajo y que tienen una economía independiente, es más probable que dispongan de cuentas bancarias a su nombre.

La mayoría de estas cuentas corresponden a cuentas corrientes (47%); un 31% de jóvenes declara disponer de una cuenta de ahorros y un 26% de una cuenta joven. El porcentaje de aquellos que afirman tener una cuenta de ahorro supone tan sólo el 4% de los encuestados.

Los que disponen de cuenta corriente o de libreta de ahorro corresponden en mayor medida a quienes han cumplido 20 o más años, que cuentan con ingresos propios, que se dedican a trabajar y que disponen de una economía independiente.

Quienes disponen de una cuenta joven son más frecuentes entre los más jóvenes, entre los que viven de los recursos ajenos, entre los estudiantes y entre aquellos que viven en una economía integrada en la familiar.

El perfil de quienes disponen de cuentas de ahorro vivienda corresponde sobre todo a jóvenes del grupo de 25 a 29 años, dedicados únicamente a trabajar, con recursos propios pero que también necesitan de recursos ajenos y que viven en una economía semiindependiente.

Perfiles de jóvenes en función de las cuentas corrientes de que disponen

CUENTAS CORRIENTES Y LIBRETAS DE AHORRO	CUENTA JOVEN	CUENTA AHORRO VIVIENDA
Mayores de 20 años	Entre los más jóvenes	Entre 25 y 29 años
Con ingresos propios	Con ingresos ajenos	Con ingresos propios y algunos ajenos
Trabajan	Estudian	Trabajan
Economía Independiente	Economía Dependiente	Economía Semiindependiente



SONDEO DE OPINIÓN Y SITUACIÓN DE LA GENTE JOVEN (4ª encuesta de 2006)

Juventud, Economía y Consumo

3.1. CRÉDITOS CONCEDIDOS

En torno a uno de cada cuatro jóvenes que han participado en esta consulta (27%) afirmaba disponer de algún tipo de crédito concedido por una entidad bancaria.

Los que tienen algún crédito son más frecuentes entre los más mayores (25-29 años), entre los casados o emparejados, entre los que se dedican a trabajar, entre los que viven en casa propia y entre quienes disponen de una economía independiente.

Dicho crédito está destinado en el 58% de los casos a la compra de una vivienda y en un 26% para la compra de un coche.

Quienes tienen créditos hipotecarios son en mayor medida mujeres que hombres, pertenecientes a los grupos de mayor edad (25-29 años), a jóvenes casados o viviendo en pareja, que viven en casa propia, que se dedican a trabajar, que tienen una economía independiente y que viven en entornos semirurales (entre 2.000 y 10.000 habitantes).

Los jóvenes que tienen un crédito con el que están pagando un coche corresponden en mayor medida a hombres, de entre 18 y 24 años, solteros, que viven en la familia de origen, dedicados a trabajar y que viven dentro de una economía familiar o semiindependiente.

EN TORNO A UNO DE
CADA CUATRO
JÓVENES (27%)
ENCUESTADOS
DECLARA DISPONER
DE ALGÚN CRÉDITO
CONCEDIDO POR
UNA ENTIDAD
BANCARIA. DICHOS
CRÉDITOS ESTÁN
DESTINADOS EN EL
58% DE LOS CASOS
PARA EL PAGO DE LA
VIVIENDA Y EN EL
26% PARA LA COMPRA
DE UN COCHE.