



BARÓMETRO 2017



Dossier de Prensa
Junio, 2017



OBJETIVO

Ampliar la información disponible sobre la juventud española a través de la creación de una herramienta de medición propia que permita obtener datos sobre elementos menos conocidos y no sistematizados en las cifras existentes.

METODOLOGÍA

Panel online aplicado a 1.247 jóvenes entre 15 y 29 años en abril de 2017. Para su selección, se han tenido en cuenta cuotas de edad, género, estudios, nacionalidad, (des)ocupación, clase social percibida, estatus de convivencia y tamaño del hábitat.

LA VISIÓN DE FUTURO DE LA POBLACIÓN JUVENIL ESPAÑOLA

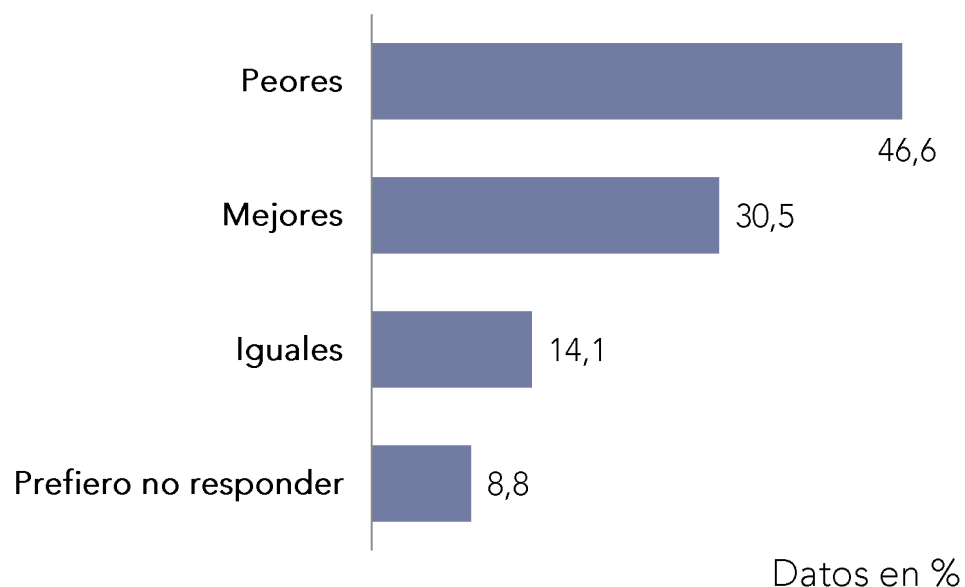
RUPTURA DE LA VISIÓN PROGRESIVA DE FUTURO

QUÉ CREEN QUE OCURRIRÁ

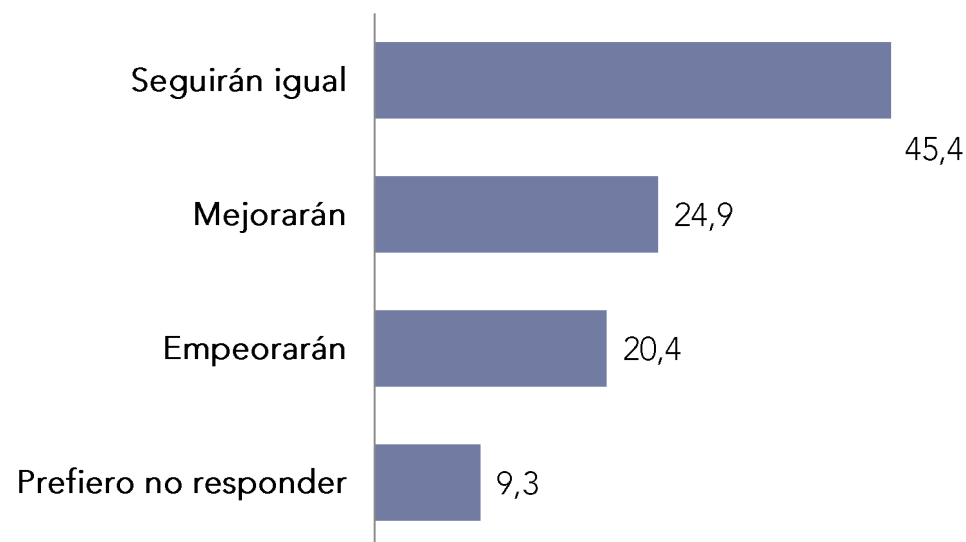
- Casi la mitad de los y las jóvenes considera que los problemas y la situación del país se mantendrán igual en el futuro. Pero respecto a la evolución de la situación general existe una proporción similar (alrededor del 20%) de optimistas (de quienes creen que mejorarán) y de pesimistas (creen que empeorarán).
- Respecto a la evolución de su situación personal la proporción de población joven que se muestra optimista es, sin embargo, muy superior: cercana al 47%, mientras que sólo el 7,4% cree que empeorará.

OPORTUNIDADES LABORALES

Percepción de
oportunidades laborales
respecto a los progenitores



Expectativas de mejora de
condiciones laborales en
España



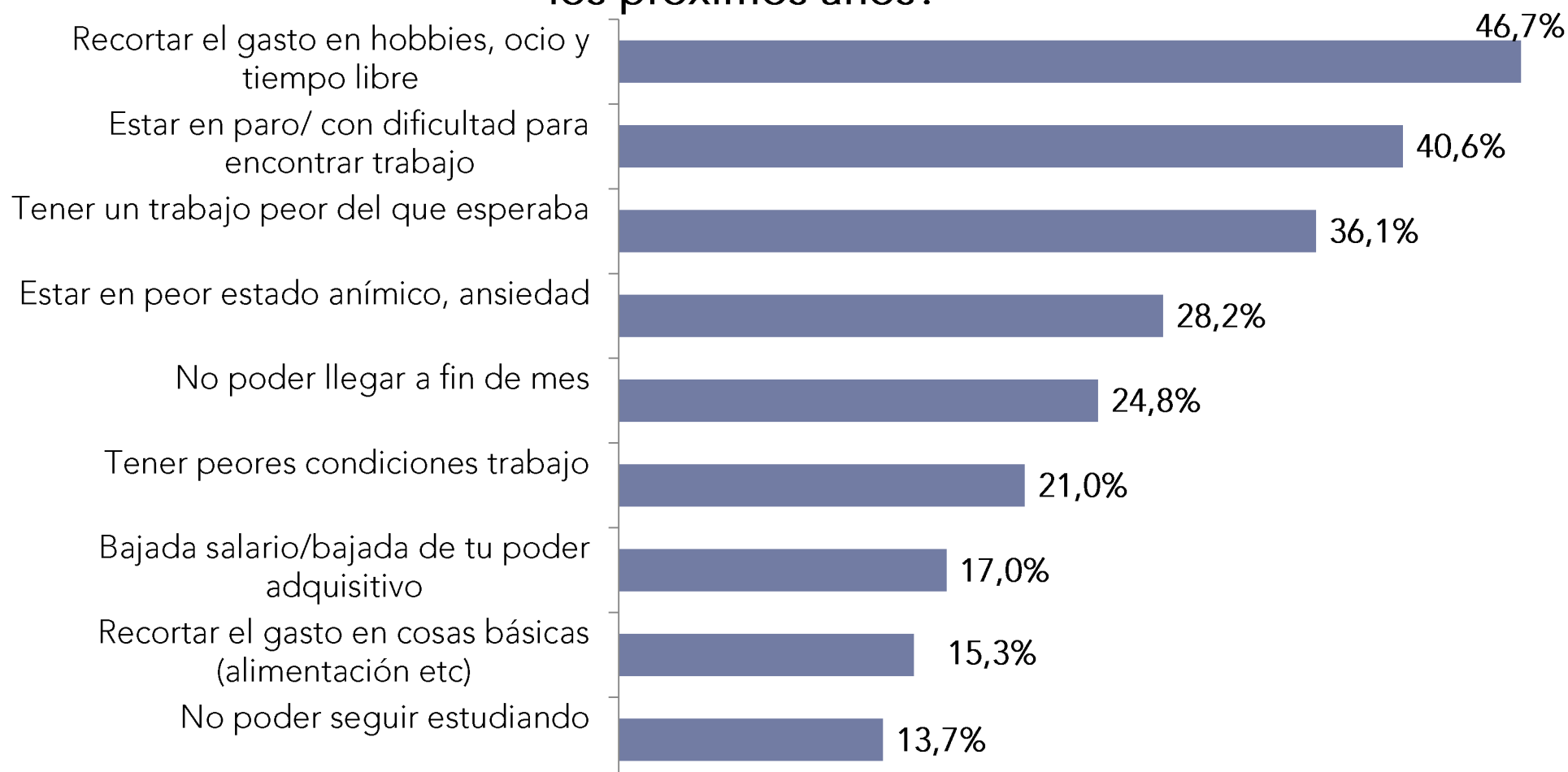
CONDICIONES DE FUTURO LABORAL

Sobre sus condiciones de futuro, los y las jóvenes:
(probabilidad de tener que realizar ciertas acciones):

- El **68,2%** cree que es muy o bastante probable tener que **estudiar más para estar mejor preparado/a**.
- El **68%** cree muy o bastante probable tener que **trabajar en lo que sea**.
- El **61%** cree que tendrá que **seguir dependiendo económicamente de su familia**.
- El **39%** considera que existe una alta probabilidad de tener que **irse al extranjero para trabajar**.

OTRAS CONDICIONES DE FUTURO

¿Qué situaciones creen que tendrán que enfrentar los y las jóvenes en los próximos años?



CONSECUENCIAS SOBRE LA PERSONA

EMPLEO, ESTUDIOS Y ECONOMÍA
PERSONAL

MOVILIDAD

Un 26,7% de la población joven ha cambiado de residencia habitual por estudios, y un 22% lo ha hecho por motivos laborales.

Por motivos de estudios:

El 15% ha cambiado de residencia **dentro de su misma CA**; casi el 8% ha cambiado de CA y el 4% ha salido de España.

Por motivos laborales:

Los principales cambios han sido también **dentro de la misma CA (10,6%)**, aunque un 7,6% también ha cambiado de CA y el 4% salió al extranjero.

Madrid es, con diferencia, la CA que más población joven atrae por motivos laborales (28,3% de quienes han cambiado de CA), seguida de Andalucía (11%) y Cataluña (8%). De entre quienes han salido del país, el **38% han ido al Reino Unido** y un 12% a Irlanda.

EXPECTATIVAS DE MOVILIDAD

- El 18% del colectivo joven cree que es muy o bastante probable tener que cambiar de residencia en el futuro para estudiar.
- Por motivos laborales, sin embargo, hasta el 30,5% de los y las jóvenes considera muy o bastante probable tener que cambiar de CA.
 - Madrid y Cataluña son las CCAA percibidas como las que cuentan con mejores oportunidades laborales (para el 62,1% y el 38,7% respectivamente), seguidas del País Vasco (15,4%) y Andalucía (13,9%)
- Algo más del 21% cree que existe una probabilidad alta de tener que emigrar al extranjero para trabajar

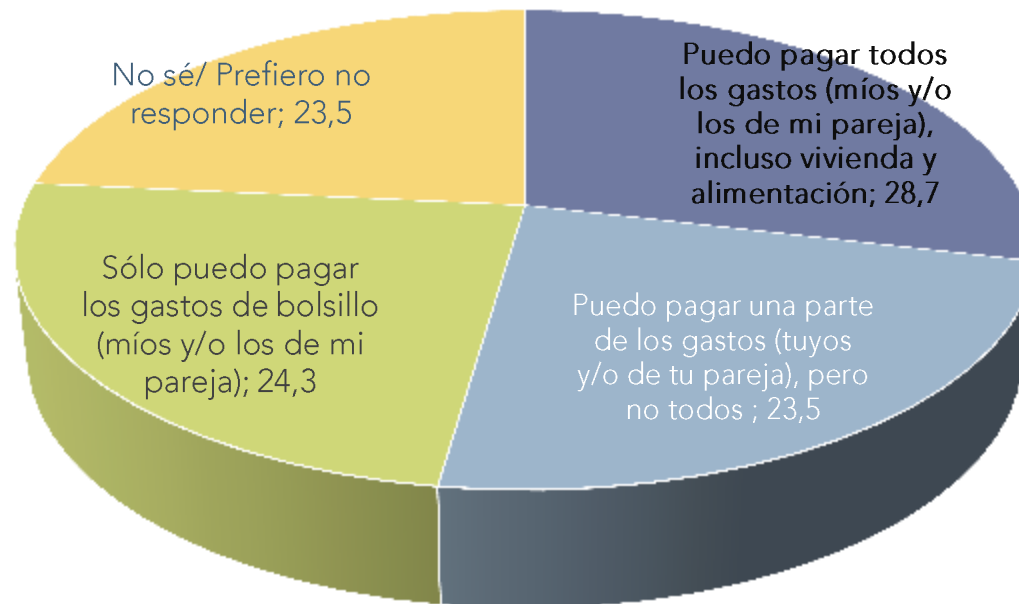
ACTITUDES RESPECTO A LA MOVILIDAD AL EXTRANJERO

■ Poco o Nada de acuerdo ■ Acuerdo medio ■ Muy o totalmente de acuerdo



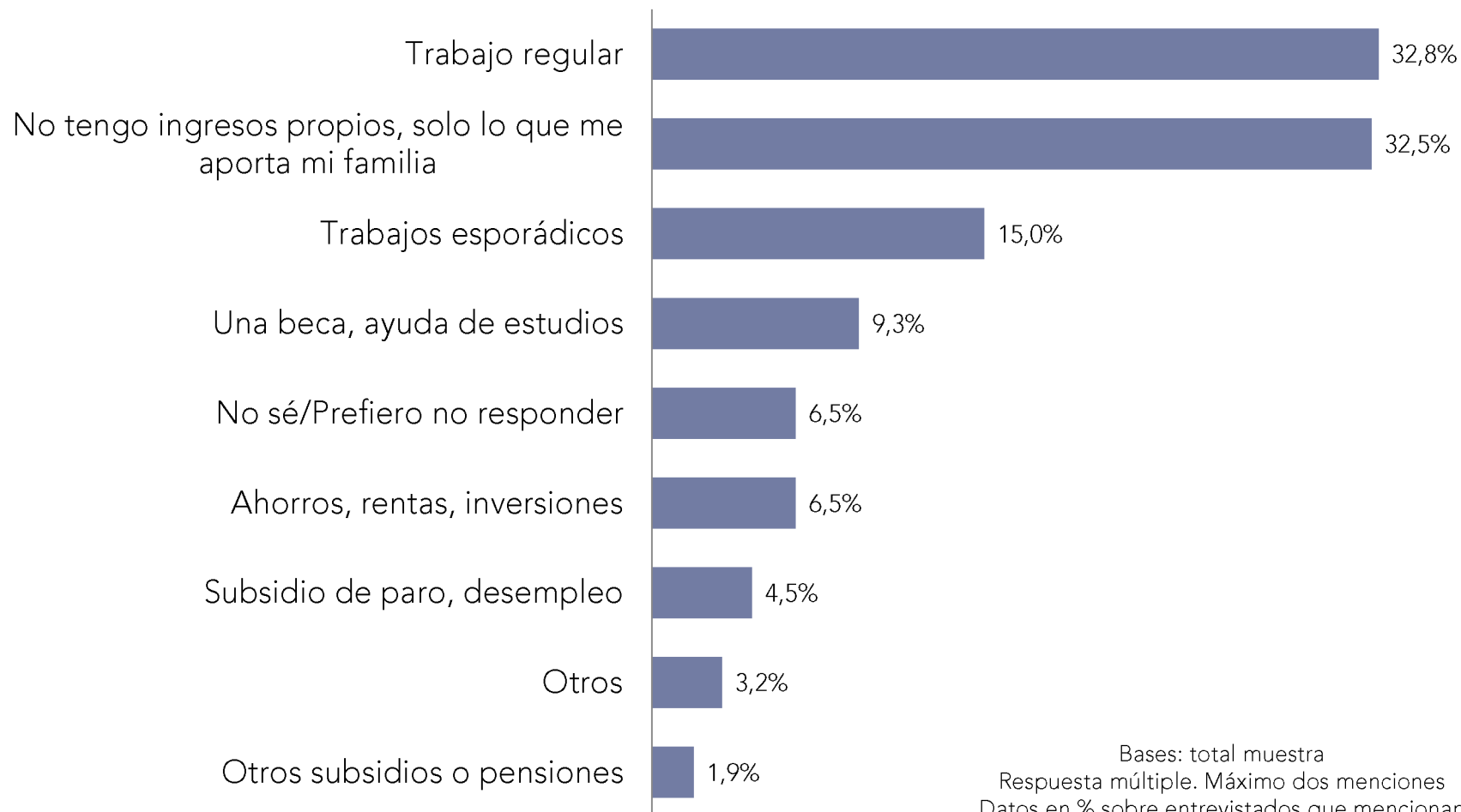
CAPACIDAD DE GASTO

Con los ingresos disponibles, un **28,7%** del colectivo dice poder pagar **todos sus gastos** (incluso vivienda y alimentación), mientras que casi la cuarta parte sólo puede pagar una parte y otro 24,3% sólo gastos de bolsillo.



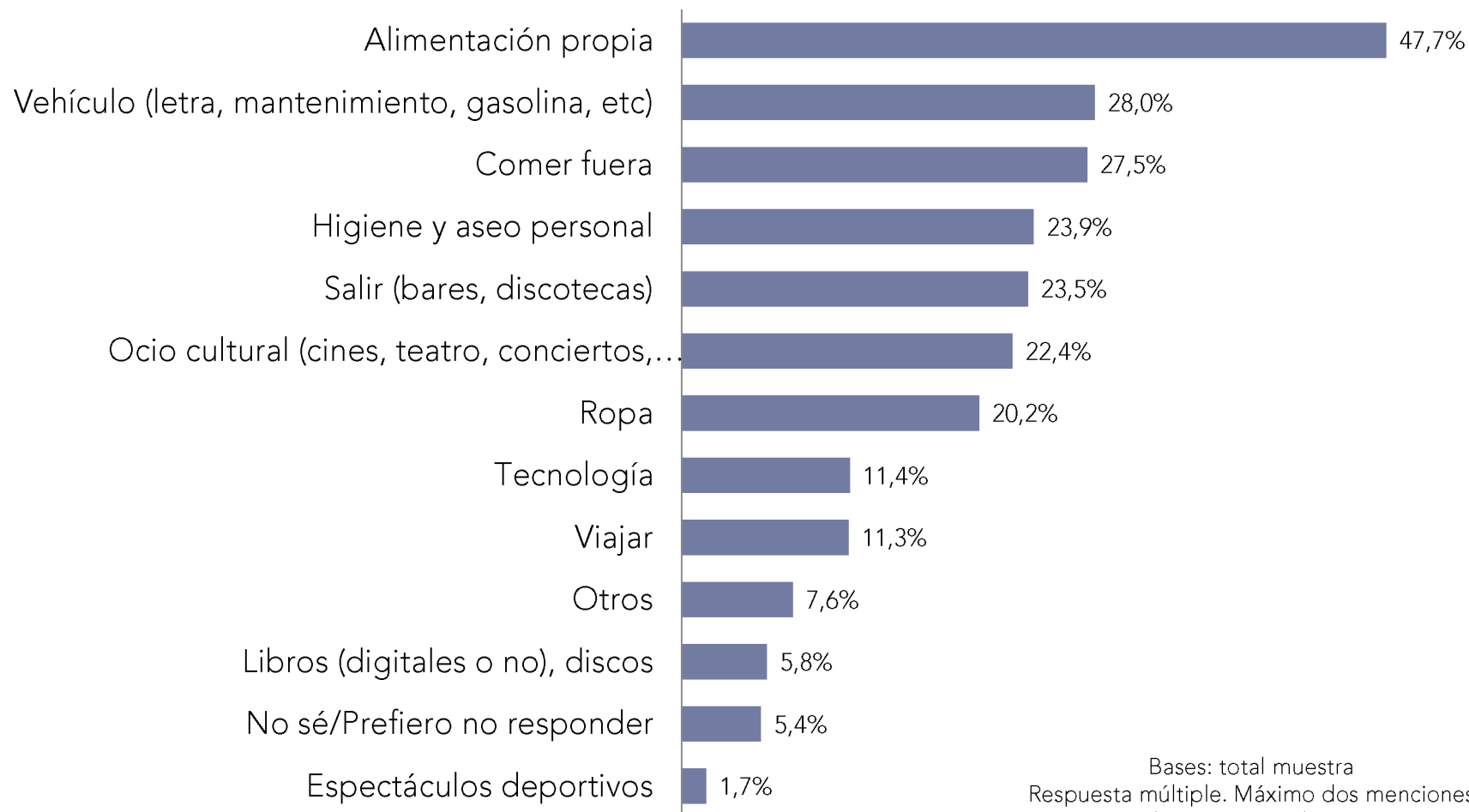
Bases Total Muestra.
Datos en %

¿DE DÓNDE SACAN EL DINERO?



Bases: total muestra
Respuesta múltiple. Máximo dos menciones
Datos en % sobre entrevistados que mencionan

ELEMENTOS MENSUALES DE GASTO



Bases: total muestra
Respuesta múltiple. Máximo dos menciones
Datos en % sobre entrevistados que mencionan

PRÁCTICAS DE ECONOMÍA COLABORATIVA

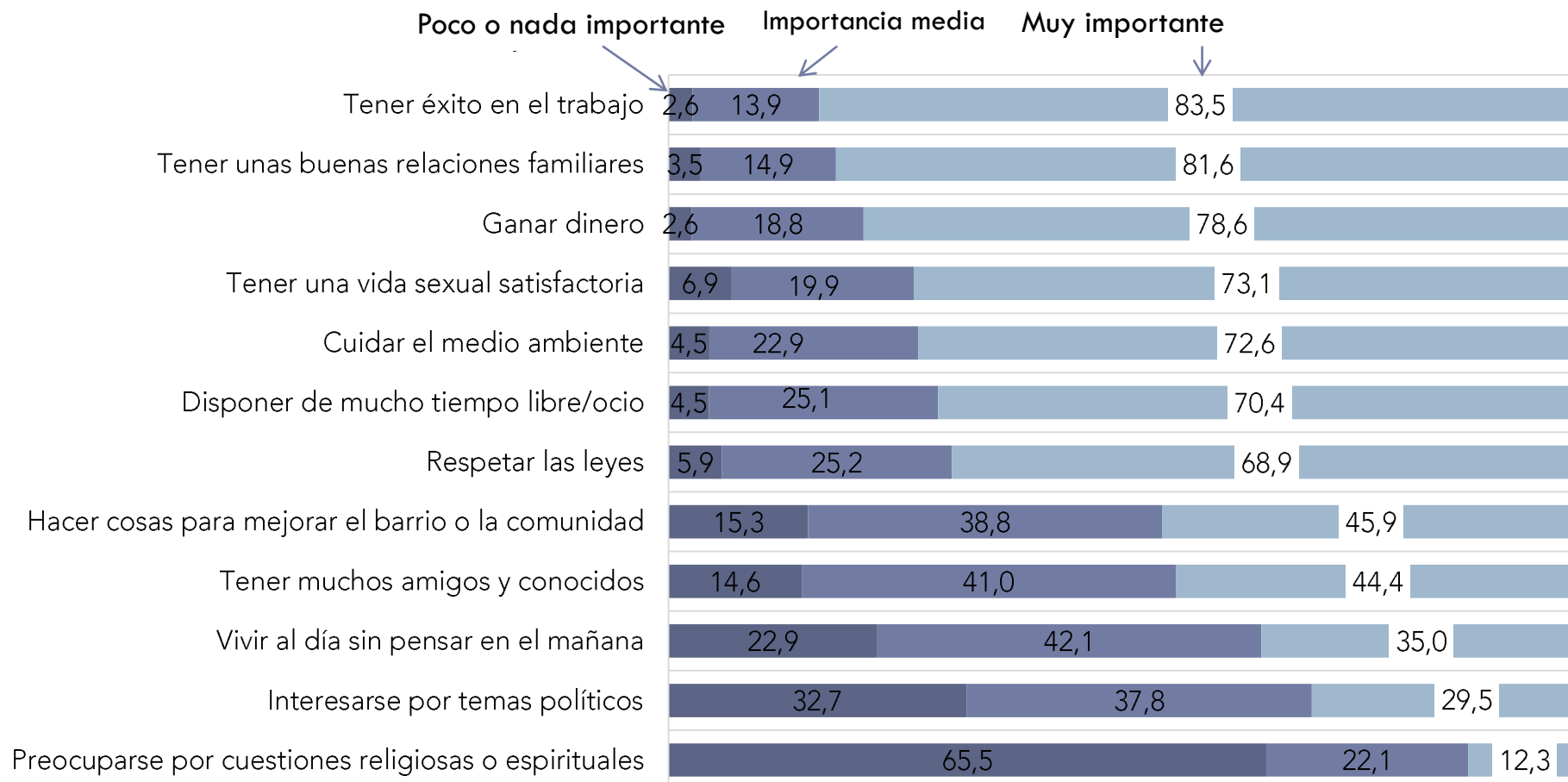
El 57% de los y las jóvenes ha utilizado alguna práctica de economía colaborativa.

- La más frecuente (26,5%) es compartir bienes (wifi, ropa, películas...), seguida de compartir coche (23%) y software libre (15%).
- Entre un 7% y un 10% ha participado en intercambios de libros, campañas de *crowdfunding* o prácticas de trueque.
- De forma minoritaria (2-6%) participan en huertos ecológicos, grupos de consumo, espacios de trabajo, intercambio de viviendas o bancos de tiempo.

Dos de cada tres (75,4%) ha comprado objetos de segunda mano, fundamentalmente tecnología, libros, vehículos y ropa.

CAMBIOS EN LOS VALORES, ACTITUDES E INTERESES

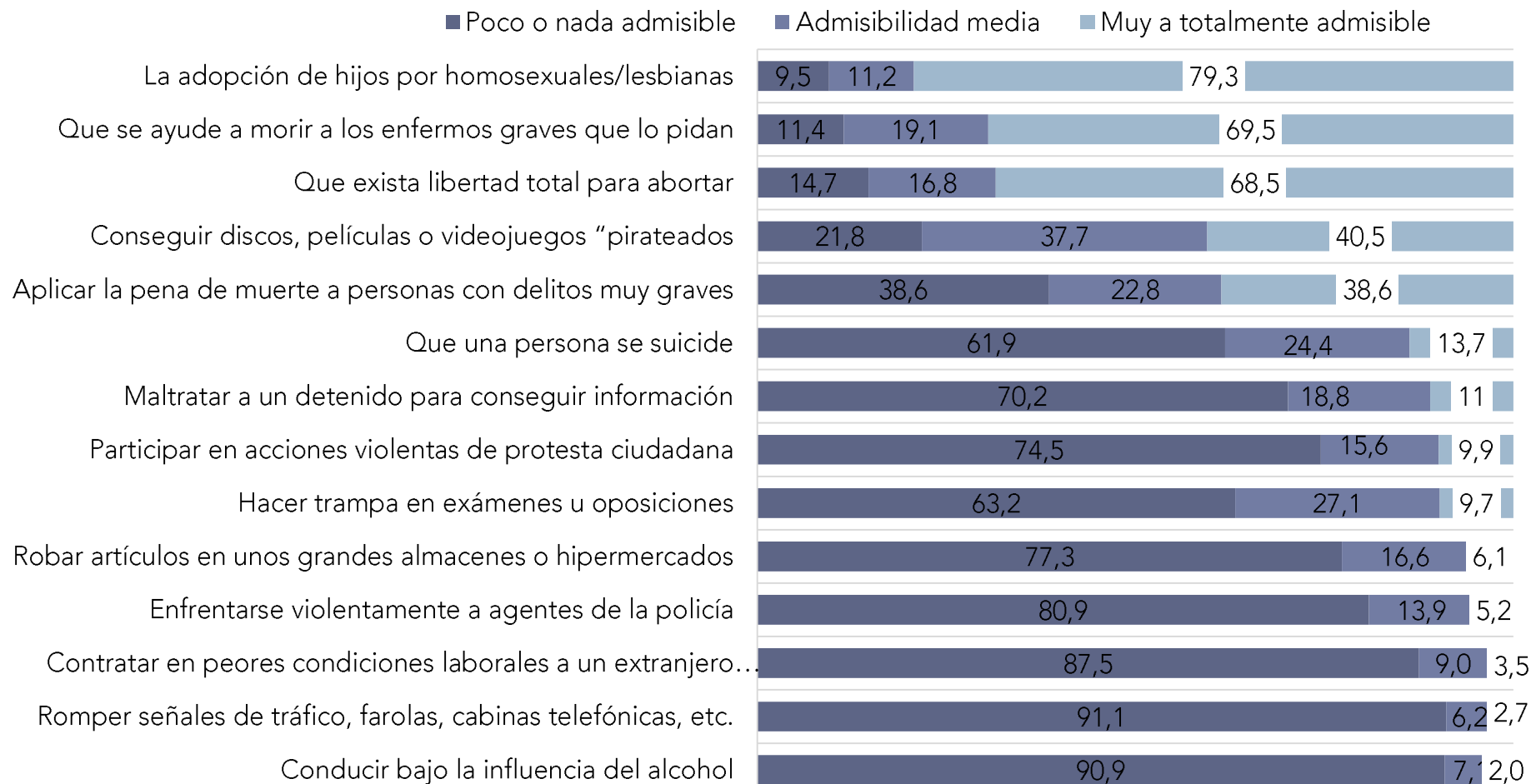
QUÉ VALORAN



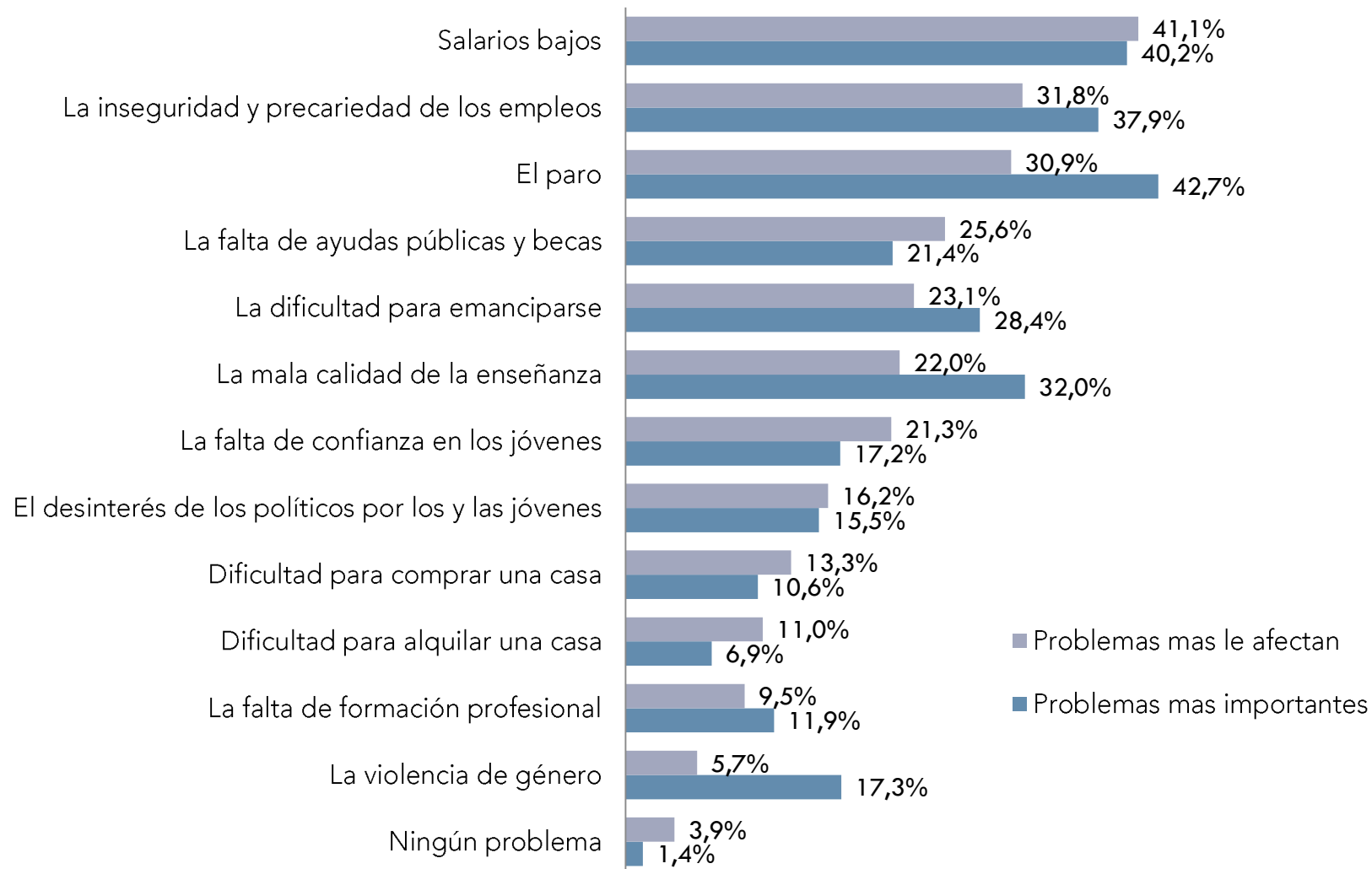
QUÉ TEMAS LES INTERESAN



QUÉ CONDUCTAS ACEPTAN

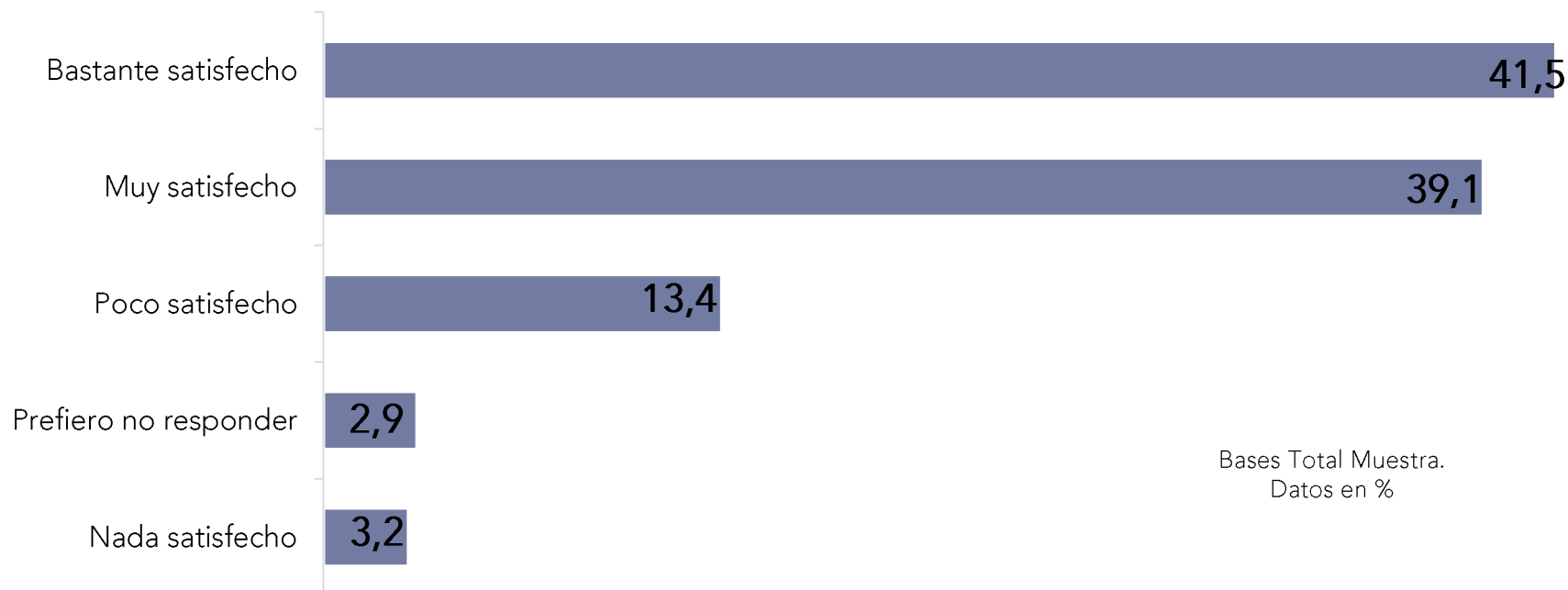


QUÉ LES PREOCUPA



REFUERZO DE LAS RELACIONES

SATISFACCIÓN CON LAS RELACIONES FAMILIARES



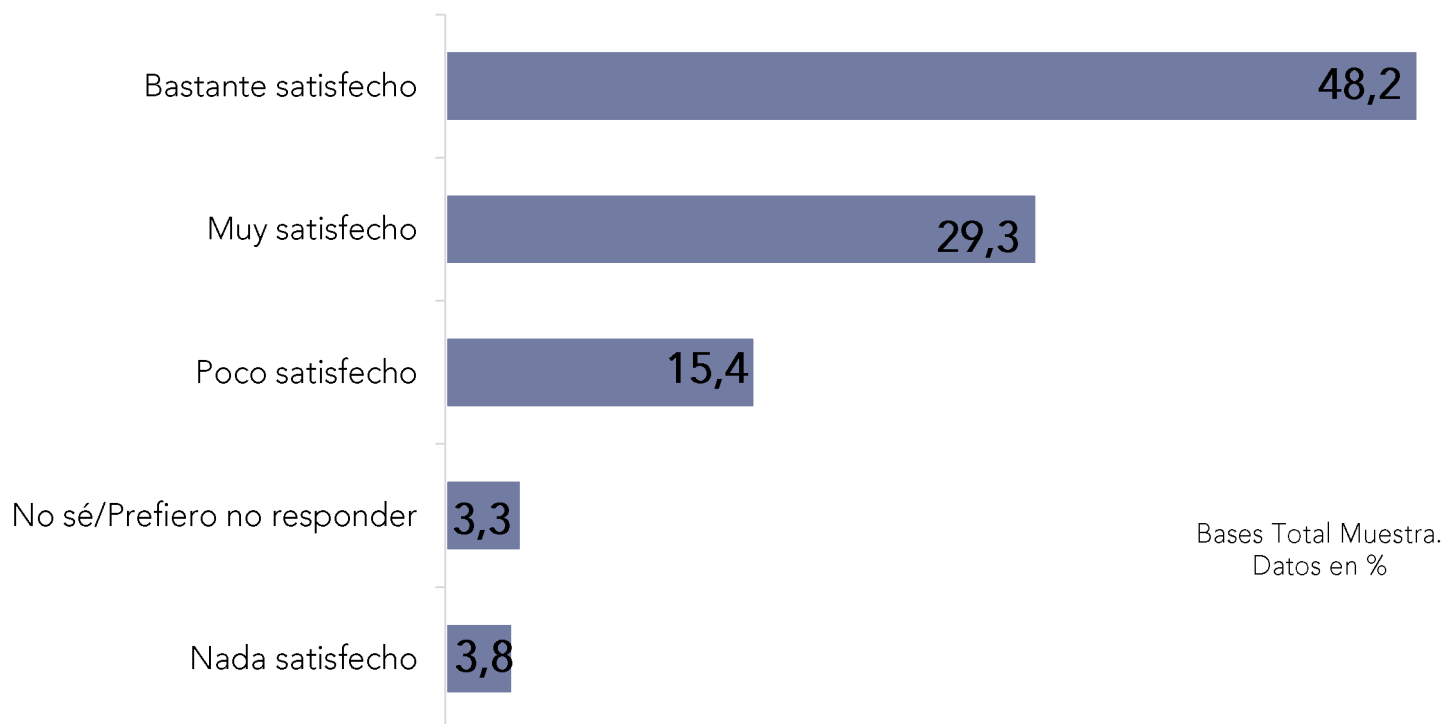
Una inmensa mayoría de jóvenes (casi el 81%) siente que sus relaciones familiares son muy o bastante satisfactorias

PAPEL PERCIBIDO DE LA FAMILIA



Las relaciones familiares son consideradas mayoritariamente como un apoyo esencial (52%) o bastante importante (22%).

SATISFACCIÓN CON LAS RELACIONES DE AMISTAD



Las relaciones de amistad son también altamente valoradas, aunque algo menos que las familiares. Cerca del 78% de los y las jóvenes las considera muy o bastante satisfactorias

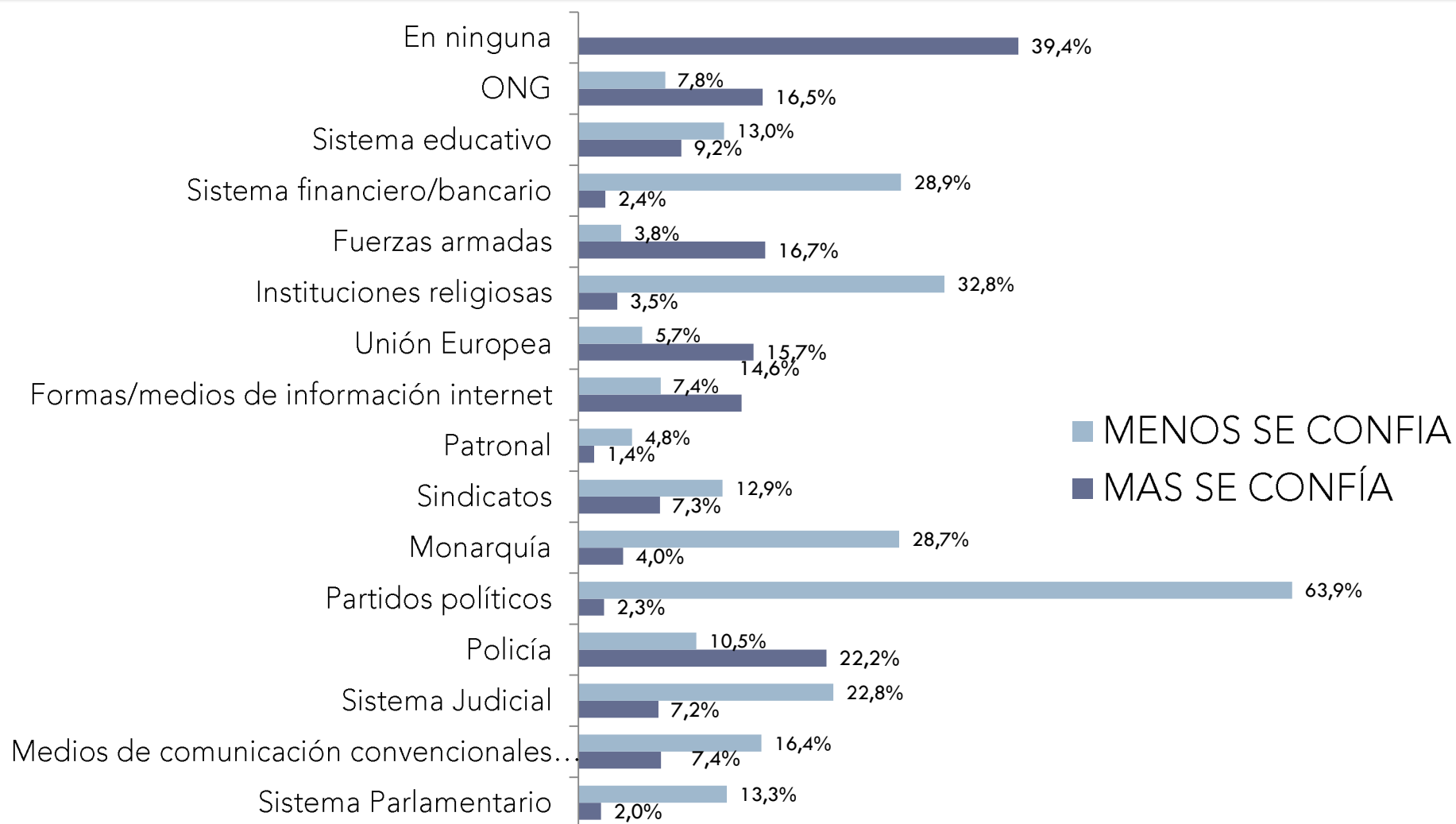
PAPEL PERCIBIDO DE LA AMISTAD



El rol de las relaciones de amistad es algo más tibio también en importancia que las familiares: cerca del 61% la considera un apoyo bastante importante o esencial

DETERIORO DE LA CONFIANZA EN LAS INSTITUCIONES

CONFIANZA INSTITUCIONAL



ASOCIACIONISMO

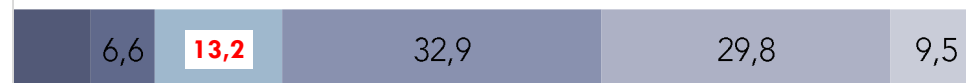
■ Pertenece y participa activamente
■ Antes pertenecía, pero ahora no
■ No pertenece, y no tiene intención de hacerlo

■ Pertenece, pero no participa activamente
■ Nunca ha pertenecido, pero querría hacerlo
■ No sé/Prefiero no contestar

OTRO TIPO DE ORGANIZACIÓN, ASAMBLEA, PLATAFORMA O COLECTIVO
POLÍTICO



UNA ORGANIZACIÓN SOCIAL O DE VOLUNTARIADO



UN GRUPO DEPORTIVO, CULTURAL O DE OCIO



UNA PARROQUIA U OTRO TIPO DE ASOCIACIÓN RELIGIOSA



UN SINDICATO U ORGANIZACIÓN PROFESIONAL O ESTUDIANTIL



UN PARTIDO POLÍTICO



Bases Total Muestra.
Datos en %

PARTICIPACIÓN POLÍTICA

