

UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN
Departamento de Comercialización e Investigación de Mercados



**DEL “YUPPIE” AL “SINGLE”: EVOLUCIÓN
SOCIAL DEL CONSUMO EN ESPAÑA EN LAS
ÚLTIMAS DÉCADAS.**

**MEMORIA PARA OPTAR AL GRADO DE DOCTOR
PRESENTADA POR**

Inés Arranz Rodríguez

Bajo la dirección de los doctores

Luis-Ángel Sanz de la Tajada
Joaquín Sánchez Herrera

Madrid, 2010

ISBN: 978-84-693-9423-6

© Inés Arranz Rodríguez, 2010

**UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID
FACULTAD DE CIENCIAS DE INFORMACIÓN**

Departamento de Comercialización e Investigación de mercados

**DEL "YUPPIE" AL "SINGLE": EVOLUCIÓN
SOCIAL DEL CONSUMO DE ESPAÑA EN LÁS
ÚLTIMAS DÉCADAS.**



**MEMORIA PARA OPTAR AL GRADO DE DOCTOR
PRESENTADA POR
Inés Arranz Rodríguez**

Bajo la dirección de los doctores
D. Luis-Ángel Sanz de la Tajada
D. Joaquín Sánchez Herrera
Madrid, 2010

**DEL "YUPPIE" AL "SINGLE": EVOLUCIÓN SOCIAL
DEL CONSUMO DE ESPAÑA EN LÁS ÚLTIMAS
DÉCADAS.**

TÍTULO

DEL “YUPPIE” AL “SINGLE”: EVOLUCIÓN SOCIAL DEL CONSUMO DE ESPAÑA EN LÁS ÚLTIMAS DÉCADAS.

INTRODUCCIÓN GENERAL.

PRIMERA PARTE:

ANÁLISIS DEL CONTEXTO: LA SOCIEDAD ESPAÑOLA.

CAPÍTULO 1 ANÁLISIS POLÍTICO

1.1. Antecedentes situación política décadas 1970-1990.	23
1.2. Resumen situación política.	24-25
1.3. Análisis de la situación política décadas 1980, 1990.	26-30
1.3.1. Gobierno UCD: 1981.	26
1.3.2. Gobierno PSOE: 1982 - 1996.	26-29
1.3.3. Gobierno PP: 1996 -2004.	30
1.4. Situación política en la actualidad.	31-35
1.4.1. Gobierno PSOE 2004- actualmente.	31-32
1.4.2. Elecciones 2008.	33-35

CAPÍTULO 2 ANÁLISIS ECONÓMICO

2.1. Resumen de la situación económica 1980-1990.	37
2.2. Proceso incorporación de España al Mercado Común. Análisis década 1980.	38-43
2.2.1. La incorporación de España al Mercado Común.	38
2.2.2 Reconversión Industrial.	39
2.2.3. Nuevo Sistema Impositivo.	40
2.2.4 Sistema de protección social.	41
2.2.5 Entrada España en la CEE 1986.	42-43
2.3. Análisis de la situación económica década 1990 – 2000. España en Europa.	44-46
2.4. Situación económica actual.	47-49
2.4.1. Contexto internacional.	47
2.4.2. Unión europea.	48
2.4.3. Economía española.	49

CAPÍTULO 3 ANÁLISIS DE LA ESTRUCTURA SOCIAL

3.1. Resumen de la situación social en España.	51
3.2. Análisis sociodemográfico.	52-60
3.2.1. Población.	52-54
3.2.2. El cambio demográfico en España.	55
3.2.2.1. Volumen migratorio en España.	55-56
3.2.2.2. España como país receptor de emigrantes.	57-60
3.3. Análisis estilo de vida.	61-66
3.3.1. Análisis nivel educativo de la sociedad española.	61
3.3.2. Análisis ocupacional sociedad española.	62
3.3.2.1. Las tendencias en la cualificación laboral.	62-63
3.3.2.2. Tendencias históricas del paro en España.	64-66
3.3.3. Consumo.	66-80
3.3.3.1. Análisis consumo sectores.	66-70
3.3.3.2. Vivienda.	71-72
3.3.3.3. Ocio sociedad española.	73
3.3.3.4. Turismo-viajes.	74-76
3.3.3.5. Medios de transporte.	77
3.3.3.6. Sector “Bienestar”.	77-80
3.4. Situación social en la actualidad.	81-91
3.4.1. Cambio sociodemográfico y desarrollo social.	81-82
3.4.2. Nivel de formación.	83
3.4.3. Mercado de trabajo.	84-86
3.4.4. Consumo.	87-89
3.4.5. Vivienda.	90-91

CAPÍTULO 4 ESPAÑA EN 2009

4.1. Situación económica. 93-94

4.2. Situación social. 95-97

SEGUNDA PARTE:

EVOLUCIÓN DEL “YUPPIE”- “SINGLE”

CAPÍTULO 5 LOS “YUPPIES” COMO GRUPO SOCIAL

5.1. Antecedentes.	103-107
5.1.1. “Hippies”. Definición general y características.	103-105
5.1.2. Otras características destacables.	105-107
5.2. Los “Yuppies”. Definición general y características.	108
5.3. Los “Yuppies” en 1990.	109-113
5.3.1. Perfil sociodemográfico.	109-110
5.3.2. Estilo de vida.	111-113
5.4. Los “Yuppies” en 1995.	114-118
5.4.1. Perfil sociodemográfico.	114-115
5.4.2. Estilo de vida.	116-118
5.5. Los “Yuppies” en relación a la población general >25 años.	119-127
5.5.1. En cuanto Perfil sociodemográfico.	119-122
5.5.2. En cuanto al Estilo de vida.	123-127
5.6. Evolución “Yuppies” desde 1990.	128-136
5.6.1. Comparación Perfil sociodemográfico.	128-131
5.6.2. Comparación Estilo de vida.	132-135
5.6.3. Síntesis de la evolución.	136
5.7. Conclusiones.	137

CAPÍTULO 6 LOS “SINGLES” COMO GRUPO SOCIAL

6.1. Los “Singles”. Definición general y características.	139-140
6.2. Los “Singles” en el 2000.	141-146
7.2.1. Perfil sociodemográfico.	141-143
7.2.2. Estilo de vida.	143-146
6.3. Los “Singles” en el 2008.	147-151
6.3.1. Perfil sociodemográfico.	147-148
6.3.2. Estilo de vida.	149-151
6.4. Los “Singles” en relación a la población general >25 años.	152-160
6.4.1. En cuanto al perfil sociodemográfico.	152-155
6.4.2. En cuanto al Estilo de vida.	156-160
6.5. Evolución de los “Singles” desde el 2000.	161-168
6.5.1. Comparación Perfil sociodemográfico.	161-163
6.5.2. Comparación Estilo de vida “Singles”.	164-168
6.5.3. Síntesis de la evolución.	169
6.6. Conclusiones.	170-171

CAPÍTULO 7 ANÁLISIS COMPARATIVO “YUPPIES”-“SINGLES”

7.1. Análisis comparativo “Yuppies”-“Singles”.	173-179
7.1.1. En cuanto al perfil sociodemográfico.	173-175
7.1.2. En cuanto al Estilo de vida.	176-179
7.2. Conclusiones.	180-181

CAPÍTULO 8 VERIFICACIÓN DE LOS OBJETIVOS

8.1 Análisis de la estructura social.	183-185
8.2 Análisis de la estructura social por segmentos.	186-194
8.3 Tipificación de los grupos sociales.	195-198
8.4 Análisis comparativo entre Yuppies y Singles.	199-201
8.5 Tendencias en los grupos sociales: análisis y perspectivas.	202-204
Justificación ausencia Hipótesis	204

CAPÍTULO 9 CONCLUSIONES.....**206-208**

ANEXO 1 **209-212** |

Resumen de la entrevista a D. Lorenzo Navarrete Moreno. Sociólogo, Decano del Colegio Oficial de Politólogos y Sociólogos de Madrid y Profesor Titular de Sociología de la Universidad Complutense de Madrid.

ANEXO 2 RESUMEN GRÁFICOS..... **213-262**

BIBLIOGRAFÍA UTILIZADA **263-266** |

TÍTULO

DEL “YUPPIE” AL “SINGLE”: EVOLUCIÓN SOCIAL DEL CONSUMO DE ESPAÑA EN LAS ÚLTIMAS DÉCADAS.

INTRODUCCIÓN GENERAL.

1. JUSTIFICACIÓN DE LA TESIS DOCTORAL

España es un país que ha sufrido profundas transformaciones en su estructura en las últimas décadas. Estos cambios se han producido en los ámbitos político, económico y social, y como consecuencia de ellos el país ha evolucionado, dando lugar a importantes transformaciones y al surgimiento de nuevos segmentos de población que merecen ser estudiados desde la perspectiva evolutiva de la estructura social de España.

Una estructura es un almacén, un esqueleto que da forma al todo. Según Salvador Giner, en su obra “Sociología”, estructura social es: “un conjunto relativamente estable de las interrelaciones de sus diversas partes más la distribución de estas partes según un orden dinámico”.

Para poder comprender la estructura de España, y siguiendo la definición de Salvador Giner, lo primero que hemos hecho ha sido definir los tres ámbitos del estudio, que consideramos que han tenido un gran peso en la formación de la nueva estructura del país: la política, la economía y la sociedad han sufrido en estas últimas décadas cambios muy importantes que han contribuido a formar una nueva estructura del país y podemos destacar hechos históricos importantes que han tenido gran repercusión en la evolución del país.

Con este estudio hemos querido ver cómo ha evolucionado la sociedad española en las últimas décadas, presentando una visión de cuales han sido las variables que más han influido en esta evolución y como han surgido nuevos segmentos de población como resultado de estos cambios.

Esta investigación se ha realizado sobre la base del análisis de la sociedad española desde tres perspectivas: la política, la economía y la social.

Posteriormente hemos observado los hechos más relevantes desde cada perspectiva analizándolos en profundidad.

Pero también hemos querido analizar esta sociedad tomando como referencia unas décadas y unos segmentos sociales que han surgido en esas décadas: su estructura, su comportamiento, su consumo y sus diferencias o similitudes con la época en la que se desarrollan.

2. VISIÓN GENERAL DEL FENÓMENO

		POLÍTICA	ECONOMÍA	SOCIEDAD	
D E C A D A 7 0	1975	Muere Franco- Cambio Dictadura a Democracia	Crisis energética. Aumenta déficit público	Menor Natalidad desde 1975: mujer en el trabajo. Edad matrimonio se retrasa. N° hijos menor.	D E C A D A 7 0
	1977	1ªs elecciones democráticas. Gana UCD	Pactos de la Moncloa para frenar inflación		
	1978	Constitución española		Incremento del Paro desde 1975. Emigración española.	
	1979	2º Triunfo UCD elecciones	Nuevo sistema impositivo: Leyes renta, Sociedades y Patrimonio		
D E C A D A 8 0	1982	PSOE gana elecciones. Mayoría absoluta			D E C A D A 8 0
	1983		Reconversión industrial. Mayor competitividad productos	Mayor cualificación laboral. Formación, especialización	
	1985		Sistema Protección social: Sanear el sistema público reforzando sistema contributivo	Nueva clase media (personal administrativo, comercial y técnico).	
	1986	España entra en la OTAN	España entra en la CEE. Apertura economía española al mundo.	Mayor N° de universitarios	
	1989	PSOE gana elecciones. Mayoría absoluta			
D E D A 9 0	1992		Tratado Unión Europea		D E D A 9 0
	1996	PP gana las elecciones		España país receptor de emigrantes.	
	1999		Establecimiento de una Unión Económica y Monetaria. Moneda Única €		
D E C A 0 0	2000	Mayoría absoluta PP		Disminución Paro.	D E C A 0 0
	2004	Victoria inesperada del PSOE		Nueva Ley Inmigración	
	2008	Victoria del PSOE			
	2009		Crisis económica	Crisis social	

Hechos destacables como el cambio de la Dictadura a la Democracia, la entrada de España en la Otan, o los cambios en el gobierno influyen en los tres ámbitos, dando lugar a los siguientes hechos o circunstancias:

Gráfico 1. Visión general del fenómeno.

2.1. Hechos políticos:

- Durante los últimos 30 años, hay acontecimientos que no debemos dejar de estudiar ya que han tenido importantes consecuencias políticas para el país. Por lo que nos encontramos con una etapa de la dictadura, el “régimen autoritario” (1936-75) supone un aislamiento en lo político, económico, cultural
- La etapa democrática, se consolida a partir de 1977 con la Constitución Española, es una etapa llena de posibilidades de expresión. Se suceden diferentes partidos políticos en el Gobierno elegidos de una manera democrática. **EL FRANQUISMO**
- Entrada de España en la OTAN y en la Comunidad Europea.

Situación política en la actualidad. Los cambios de Gobierno que hemos tenido en los últimos años, la política que se ha desarrollado y los cambios que han realizado en el panorama político.

2.2. Hechos económicos:

- Reconversión industrial. Da como resultado un fuerte aumento del output potencial de la economía y de la competitividad de sus productos, en un marco de mayor productividad y menores precios, un incremento considerable de los pedidos de bienes industriales españoles en el resto del mundo, fundamentalmente, en los países del Mercado Común.
- Surge el Sistema de protección social, que tenía como objetivo sanear y consolidar el sistema público vigente, reforzando carácter contributivo. Objetivo: sanear y consolidar el sistema público vigente, reforzando carácter contributivo.
- Acuerdo de consolidación y racionalización del sistema de protección social, se alcanzó en el Pacto de Toledo, en 1996: mantenimiento del poder adquisitivo de los pensionistas; mejora de las prestaciones insuficientes.
- Incorporación a la Comunidad Económica Europea, lo que supuso una apertura de España al mundo y un fortalecimiento de la política económica en Europa.
- Establecimiento de una Unión Económica y Monetaria, en la que una única moneda (el euro) sería el patrón de cambio de todos sus estados miembros.
- Situación económica en la actualidad: crisis hipotecaria, previsiones de crecimiento, endurecimiento de las condiciones de acceso al crédito, el deterioro de la confianza de los agentes económicos, y el menor efecto riqueza derivado de la moderación de los precios de los activos bursátiles e inmobiliarios.

2.3. Hechos sociales:

- Cambio en el mundo de los valores, de las costumbres y actitudes, la sociedad española se ha hecho cada vez más tolerante.
- Cambio en el ámbito laboral: aparición del paro, mayor formación y especialización de los trabajadores. También es importante la incorporación de la mujer al trabajo.
- Aparece una nueva clase social: la clase media, con poder adquisitivo que cambiará los hábitos de consumo.
- El fenómeno de la inmigración surge cada vez con más fuerza, haciendo que se produzcan cambios sociales.
- En este capítulo donde realizamos en análisis de la estructura social, presentamos un estudio sociodemográfico de la situación social, y un estudio del estilo de vida de la sociedad en estos 25 años y su evolución hasta nuestros días.

Pero, en esta tesis doctoral no solamente hemos querido tener un estudio descriptivo de acontecimientos, esta primera parte será nuestra base para ir avanzando nuestro estudio y cumplir los objetivos que nos plantearemos.

Como la visión que vamos a obtener de la sociedad española es general, definimos 2 segmentos de población que han surgido en estos años, los “Yuppies” y los “Singles”. Hemos buscado conocer si estos 2 segmentos son producto de los cambios que ha acontecido en la sociedad y son representativos del momento en el que surgen o si debido a esta evolución ha surgido segmentos de población con unas características sociodemográficas y estilo de vida propias que se diferencian claramente del conjunto de la sociedad.

3. OBJETIVOS DE LA TESIS

Los objetivos que se ha planteado en esta tesis son los siguientes:

- **Analizamos la sociedad española de las últimas décadas, los cambios que han tenido lugar en los ámbitos político, económico y social, y de esta manera tener el punto para la tesis doctoral.**
- **Conocer la estructura y comportamiento de los nuevos segmentos sociales (definidos en esta tesis) que han surgido en las últimas décadas: análisis sociodemográfico,**
- **Buscamos conocer a estos nuevos grupos sociales, sus condiciones y estilo de vida.**
- **Descubrir una vez analizados los segmentos de población definidos, los “Yuppies” y los “Singles”, el consumo que realizan, para poder asegurar si este consumo es interesante para que las empresas dirijan sus acciones hacia ellos.**
- **Ver si en la actualidad y con la situación de crisis en la que nos encontramos ha surgido o surgirá algún grupo social que sea el reflejo de estos cambios o que tenga características propias que les hagan diferenciarse de la sociedad de su tiempo.**

Justificación ausencia Hipótesis

En esta tesis doctoral hemos definido objetivos, ya que se ha considerado como un estudio descriptivo, donde en una parte se analizaba la sociedad española, su evolución, los cambios acontecidos, y por otra se definían unos segmentos que se analizaban describiendo características sociodemográficas y estilos de vida.

Por lo que podemos considerar que esta elección de objetivos en vez de hipótesis es más un tema semántico que de contenidos, ya que es las conclusiones a las que llegamos pueden justificar esta “elección”.

4. METODOLOGÍA APLICADA

Abordamos la presente tesis en 2 partes diferenciadas que conforman un planteamiento metodológico

En la primera parte de esta tesis doctoral se realiza un estudio de los cambios acontecidos en las últimas décadas en los ámbitos político, económico y social, destacando cuales han sido los acontecimientos más relevantes. Este estudio llegaría hasta el análisis de la situación actual.

Las fuentes que hemos utilizado han sido fuentes de investigación secundarias. Investigación bibliográfica de la historia de España en estas décadas, así como los cambios sociales acontecidos. También datos obtenidos de fuentes secundarias: libros, informes, entrevistas.

Fuentes: * Información de INE: Instituto nacional Estadística,

* Ministerio de Trabajo y asuntos Exteriores

* Estadística Movimientos Turísticos de los Españoles (Familitur)

* Barómetro Cosmobelleza 2007 - Ipsos Eco Consulting.

* CES Consejo Económico y Social. Memoria sobre la situación socioeconómica y laboral de España 2007.

* FOESSA.

De estas fuentes hemos extraído la información que necesitábamos y se han elaborado los gráficos con los que vamos a completar la información presentada y podemos claramente la evolución en el tiempo.

La primera parte de esta tesis nos da una visión general de la sociedad española, y en la parte del análisis del ámbito social a realizamos el análisis de sociodemográfico y de estilo de vida (incluyendo el consumo) que será el hilo conductor para el análisis de los segmentos de población definidos en la segunda parte.

En la segunda parte, se definen dos grupos sociales localizados en periodos de tiempo diferentes, denominados “Yuppies” y “Singles”. En el estudio definimos a que

segmento de la población denominamos con estos nombres, localización en el tiempo, sus características sociodemográficas y sus estilos de vida.

El objetivo de este planteamiento es ver cómo ha evolucionado la sociedad española en estos años, centrándonos en dos segmentos representativos de estos cambios.

Hemos realizado la definición de estos segmentos y sus características en 2 momentos diferentes, los “Yuppies” en su inicio (1990) y 5 años después y con los “Singles” también queremos analizar su inicio (año 2000) y el momento actual, para después y siguiendo la estructura planteada en la primera parte realizaremos el análisis de sociodemográfico y de estilo de vida (incluyendo el consumo).

Pero no hemos querido ver esta información de una manera aislada (por segmentos), ya que para cumplir nuestros objetivos también debemos hacer análisis comparativos entre los 2 segmentos definidos y frente al total población (que como explicaremos posteriormente fijaremos en Ind.>25).

La fuente que he elegido para realizar este análisis ha sido EGM (años 1990,1995, 2000,2008):

Nombre: Estudio General de Medios.

Empresa: A.I.M.C. (Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación)

Universo: Personas de 14 y más años de Península Baleares y Canarias.

Metodología: Entrevistas personales asistidas por ordenador.

Muestra: 43.773 entrevistas personales al año repartidas en tres olas (Febrero-Marzo, Mayo-Junio, Octubre-Noviembre).

Diseño Estratificado (Provincia/Hábitat/Día de la semana)

Medios: Multimedia.- Televisión, diarios, prensa, revistas, radio, cine, Internet.

Datos: Datos sociodemográficos y de estilos de vida, audiencia de medios, equipamiento del hogar, consumo individual y del hogar (sin detallar marcas).

Posibilidades: Evaluación de uno o varios medios conjuntamente (Multimedia).

Cruzar datos de consumo de medios con posesión de aparatos en el hogar, consumo de productos, compra de productos últimos 30 días, estilos de vida,...

Software: Tom Micro

a) Es un estudio poblacional. No se trata de representar a los lectores, a los oyentes, ni a los espectadores, sino que busca una representación de la población, mediante una muestra a la que se interroga, entre otras cosas, acerca de su comportamiento en relación al consumo de medios.

b) Es un estudio multimedia. Es decir, estudia para cada individuo su comportamiento respecto a los distintos medios. La realidad social es multimedia.

c) Es un estudio anual. El diseño muestral es anual, aunque tal diseño se divida posteriormente en tres partes de igual tamaño y composición; el ciclo muestral se completa en tres oleadas, es decir, en un año de investigación. Es importante tener este hecho en cuenta a la hora de analizar los resultados, puesto que dependiendo del ámbito al que se refieran, puede haber en una ola concreta estratos o segmentos de población -y consecuentemente audiencia de soportes, sobre todo locales- infra o sobre representados que sólo adquieren su verdadero valor de representación en el resultado anual.

5. ESTRUCTURA DEL DOCUMENTO

PRIMERA PARTE: ANÁLISIS DE LA SOCIEDAD ESPAÑOLA.

ANÁLISIS POLÍTICO.

Análisis de la etapa de transición de un Régimen autoritario a la Democracia.

Analizamos el inicio de la etapa democrática y su consolidación.

Vemos como se sucederán gobiernos de diferentes ideologías, lo que demuestra la libertad política fruto de la Democracia.

ANÁLISIS ECONÓMICO.

Analizamos el proceso de desarrollo económico que vive el país a partir de los años 60, la mecanización del campo que hace que se considere por primera vez esos grandes focos de desempleo, desarrollo industrial de determinadas zonas del país que absorben el desempleo del campo.

La incorporación a la Comunidad Económica Europea supone la apertura de España al mundo.

ANÁLISIS DE LA ESTRUCTURA SOCIAL.

Analizamos el cambio en el mundo de los valores, de las costumbres y actitudes, la sociedad española se ha hecho cada vez más tolerante.

Algunos de estos cambios en el ámbito laboral: aparición del paro, mayor formación y especialización de los trabajadores. También la incorporación de la mujer al trabajo supone un cambio muy importante.

Analizamos la aparición de una nueva clase social: la clase media con poder adquisitivo que cambiará los hábitos de consumo.

También analizamos el fenómeno de la inmigración surge cada vez con más fuerza, haciendo que se produzcan cambios sociales.

SEGUNDA PARTE: ANÁLISIS "JUPPIES"- "SINGLES"

LOS "YUPPIES" COMO GRUPO SOCIAL

Antes de empezar esta segunda parte, hemos analizado los antecedentes que hemos establecido para el análisis de los segmentos definidos en la tesis. En este contexto analizaremos la aparición del segmento de los "Hippies" que nos servirá de punto de partida para comenzar nuestro estudio.

En esta segunda parte hemos realizado un análisis en profundidad del 1er. segmento definido los "Yuppies": definición, características, perfil sociodemográfico, estilo de vida y consumo. Hemos definido el periodo de su nacimiento (1990), y varios años después para ver la evolución en el tiempo (1995).

También hacemos una comparación de este segmento con la población general >25 años, para establecer similitudes y diferencias.

LOS "SINGLES" COMO GRUPO SOCIAL

También realizamos un análisis en profundidad del 2º. segmento definido los "Singles": definición, características, perfil sociodemográfico, estilo de vida y consumo. Hemos definido el periodo de su nacimiento (2000), y varios años después para ver la evolución en el tiempo (2008).

También hacemos una comparación de este segmento con la población general >25 años, para establecer similitudes y diferencias.

ANÁLISIS COMPARATIVO DE LOS "YUPPIES" CON LOS "SINGLES".

Presentamos un análisis comparativo de los 2 segmentos que centran la tesis, características, perfil sociodemográfico, estilo de vida y consumo.

VERIFICACIÓN DE LOS OBJETIVOS Y CONCLUSIONES

Presentamos las conclusiones más relevantes de estos análisis, y verificaremos los objetivos planteados inicialmente.

PRIMERA PARTE
ANÁLISIS SOCIEDAD ESPAÑOLA

INDICADORES ANÁLISIS SOCIEDAD ESPAÑOLA

		POLÍTICA	ECONOMÍA	SOCIEDAD		
D E C A D A 7 0	1975	Muere Franco- Cambio Dictadura a Democracia	Crisis energética. Aumenta déficit público	Menor Natalidad desde 1975: mujer en el trabajo. Edad matrimonio se retrasa. N° hijos menor.	D E C A D A 7 0	
	1977	1ªs elecciones democráticas. Gana UCD	Pactos de la Moncloa para frenar inflación			
	1978	Constitución española		Incremento del Paro desde 1975. Emigración española.		
	1979	2º Triunfo UCD elecciones	Nuevo sistema impositivo: Leyes renta, Sociedades y Patrimonio			
D E C A D A 8 0	1982	PSOE gana elecciones. Mayoría absoluta			D E C A D A 8 0	
	1983		Reconversión industrial. Mayor competitividad productos	Mayor cualificación laboral. Formación, especialización		
	1985		Sistema Protección social: Sanear el sistema público reforzando sistema contributivo	Nueva clase media (personal administrativo, comercial y técnico).		
	1986	España entra en la OTAN	España entra en la CEE. Apertura economía española al mundo.	Mayor N° de universitarios		
	1989	PSOE gana elecciones. Mayoría absoluta				
D E C A D A 9 0	1992		Tratado Unión Europea		D E C A D A 9 0	
	1996	PP gana las elecciones		España país receptor de emigrantes.		
	1999		Establecimiento de una Unión Económica y Monetaria. Moneda Única €			
D E C A D A 0 0	2000	Mayoría absoluta PP		Disminución Paro.	D E C A D A 0 0	
	2004	Victoria inesperada del PSOE		Nueva Ley Inmigración		
	2008	Victoria del PSOE				
	2009		Crisis económica	Crisis social		

* Etapa de la dictadura, el "régimen autoritario" (1936-75) supone un aislamiento en lo político, económico, cultural y también en lo personal.

* Primera crisis del petróleo, aumenta el déficit público. Medidas del Gobierno para frenarlo.

* Cambio en el mundo de los valores, de las costumbres y actitudes, la sociedad española se ha hecho cada vez más tolerante.

* El proceso de desarrollo económico que vive el país a partir

* Etapa democrática, se consolida a partir de 1977 con la Constitución Española, es una etapa llena de posibilidades de expresión y libertad política.

de los años 60, la mecanización del campo que hace que se considere por primera vez esos grandes focos de desempleo, desarrollo industrial de determinadas zonas del país, que absorben el desempleo del campo.

* Cambios en el ámbito laboral: aparición del Paro, mayor formación y especialización de los trabajadores. Incorporación de la mujer al trabajo.

* Se suceden gobiernos de diferentes ideologías, lo que demuestra la libertad política fruto de la Democracia.

* Incorporación a la Comunidad Económica Europea: apertura de España al mundo.

* Aparece una nueva clase social: la clase media con poder adquisitivo que cambiará los hábitos de consumo.

* Aumento de las actitudes críticas, democráticas, participativas.

* El fenómeno de la inmigración surge cada vez con más fuerza, haciendo que se produzcan cambios sociales.

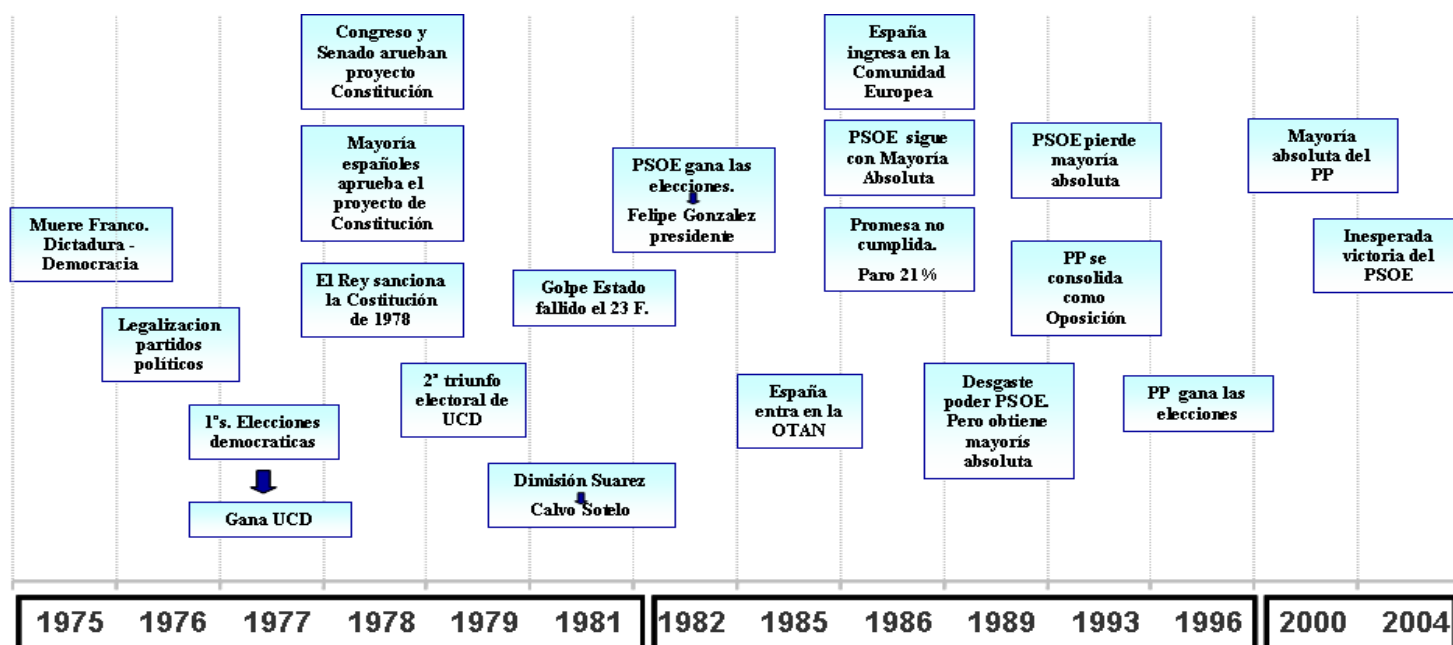
Gráfico 2. Indicadores análisis de la sociedad española

CAPÍTULO 1: ANÁLISIS POLÍTICO

		POLÍTICA	ECONOMÍA	SOCIEDAD	
D E C A D A 7 0	1975	Muere Franco- Cambio Dictadura a Democracia	Crisis energética. Aumenta déficit público	Menor Natalidad desde 1975: mujer en el trabajo. Edad matrimonio se retrasa. N° hijos menor.	D E C A D A 7 0
	1977	1ªs elecciones democráticas. Gana UCD	Pactos de la Moncloa para frenar inflación		
	1978	Constitución española		Incremento del Paro desde 1975. Emigración española.	
	1979	2º Triunfo UCD elecciones	Nuevo sistema impositivo: Leyes renta, Sociedades y Patrimonio		
D E C A D A 8 0	1982	PSOE gana elecciones. Mayoría absoluta			D E C A D A 8 0
	1983		Reconversión industrial. Mayor competitividad productos	Mayor cualificación laboral. Formación, especialización	
	1985		Sistema Protección social: Sanear el sistema público reforzando sistema contributivo	Nueva clase media (personal administrativo, comercial y técnico).	
	1986	España entra en la OTAN	España entra en la CEE. Apertura economía española al mundo.	Mayor N° de universitarios	
D E D 9 0	1992		Tratado Unión Europea		D E D 9 0
	1996	PP gana las elecciones		España país receptor de emigrantes.	
	1999		Establecimiento de una Unión Económica y Monetaria. Moneda Única €		
D E C 0 0	2000	Mayoría absoluta PP		Disminución Paro.	D E C 0 0
	2004	Victoria inesperada del PSOE		Nueva Ley Inmigración	
	2008	Victoria del PSOE			
	2009		Crisis económica	Crisis social	

Gráfico 3. Análisis político.

1.1. Antecedentes de la situación política décadas 1970-1990.



↓

Época de transición, cambio de régimen.
 Pasamos de una Dictadura a una Democracia.
 Mayores libertades, cambios en la mentalidad gente.
 Se sanciona la Constitución.
 1as elecciones democráticas. Gana UCD.
 Libertad de voto y de opinión.
 Golpe de Estado fallido para volver a la Dictadura.

- ↓
- Democracia en consolidación.
 - Época de cambios políticos.
 - PSOE en el poder 1982-1996.
 - PP en el poder 1996-2004.
 - Legalización partidos políticos.

- ↓
- Mayoría absoluta PP
 - Inesperada victoria PSOE 2004

Gráfico 4. Antecedentes de la situación política décadas 1970-1990

1.2. Resumen situación política.

LA TRANSICION DEMOCRATICA

1981 Suárez dimite como Primer Ministro y es reemplazado por Leopoldo Calvo Sotelo. En la misma ceremonia de investidura de su sucesor Calvo Sotelo, tuvo lugar un intento de golpe de Estado, que fue abortado en un día.

1982. El PSOE gana las Elecciones, Felipe Gonzalez es presidente del Gobierno.

La legislatura del PSOE acaba con un aumento del paro, que alcanza el 21,2%.

1985 España termina **entrando en la OTAN.**

1986. Ingreso de España en la Comunidad Europea.

Elecciones 22 junio 1986 ➡ El 22 de junio, el **PSOE mantiene la mayoría absoluta**, aunque pierde 18 escaños, que se reparten entre el centro y la izquierda. La promesa de reducir el paro no se ha cumplido. El **desempleo afecta al 21%** de la población activa.

1989. Desgaste del poder del PSOE:-.

- La promesa incumplida de acabar con el paro.
- la huelga general del 14-D de 1988.
- la expropiación de Rumasa.
- las cuentas por tráfico de influencias que constantemente le exige la oposición.
- Investigación fondos reservados de Interior, para financiar Grupos Antiterroristas de Liberación (GAL).

Elecciones el 29 de octubre de 1989, ➡ **Felipe González vuelve a obtener mayoría absoluta**, aunque muy ajustada.

1993. PSOE pierde la mayoría absoluta. Comicios precedidos por:

- Escándalos en el seno del Gobierno.
- No se ha cumplido la expectativa de 800.000 puestos de trabajo.
- Índice desempleo ha aumentado al 24%.
- Desencanto político población (financiación ilegal PSOE, caso Ibercorp...).

El PP conquista 18 escaños del PSOE. Aznar, consolida su liderazgo. Oposición importante.

1996. El PP gana las elecciones. Aznar presidente del Gobierno necesita alianzas para gobernar **CiU PNV y CC.**

La victoria del PP parece provocada por el desencanto del electorado, que por fin, decide dejar de identificar progreso, si no con el socialismo, sí con el felipismo.

2000. Mayoría absoluta del PP y sin oposición. Aznar y su equipo *venden*:

- haber sacado a España de la crisis económica.
- situarla a la cabeza del desarrollo de la UE.
- haber saneado las cuentas públicas, pactar con los sindicatos y
- reducir el paro en ocho puntos.

2004. Los españoles castigan al PP.

El PSOE logró una victoria contundente, inesperada y marcada por los atentados del 11-M. José Luis Rodríguez Zapatero consiguió dar la vuelta a las encuestas.

- Los efectos de los atentados del 11-M parecen haber sido decisivos en el vuelco electoral.
- Las pancartas de rechazo a la guerra de Irak.
- la petición de explicaciones sobre la autoría de los ataques terroristas se destapan ahora como los indicios que anunciaban la caída 'popular'.

1.3. Análisis situación política décadas 1980-2004.

1.3.1. Gobierno UCD: 1981.

El optimismo con el que comenzó la legislatura de 1979 se fue diluyendo hasta culminar en críticas de la oposición y de los ciudadanos a una gestión que no conseguía acabar con la crisis económica, el paro y el terrorismo.

Suárez dimite como Primer Ministro y es reemplazado por **Leopoldo Calvo Sotelo**. La caída de UCD y el cambio de primeros ministros coincidió el **golpe de Estado del 23-F de 1981**, un grupo de Guardias Civiles irrumpieron en el Congreso y retuvieron a los diputados como rehenes mientras el General al mando de una de las regiones militares del Estado apoyaba el golpe, ordenando a sus tropas ocupar Valencia. La intervención decisiva del rey abortó el intento de golpe de estado y los españoles defendieron su democracia.

1.3.2. Gobierno PSOE: 1982-1993.

El 82 es el año del cambio. La sociedad necesita recuperar el tono después del desmoronamiento de UCD y del golpe de Estado. España parece encauzada hacia la modernidad y **una parte importante del electorado vuelve sus ojos hacia Felipe González**, un líder que promete 800.000 puestos de trabajo a un país preocupado, sobre todo, por el paro, que afecta al 16,8% de la población activa. El PSOE obtiene **10 millones de votos** cargados de ilusión y 202 diputados. El cambio no sólo se produce en el Gobierno, sino también en la oposición.

UCD, el partido que capitaneó la Transición, cede el Gobierno y obtiene sólo 11 escaños. El PCE, cuya legalización había sido uno de los principales símbolos de la esperanza democrática, pierde la confianza del electorado, consigue sólo cuatro diputados y se resiente de la **dimisión de Santiago Carrillo**, figura clave en el éxito de la Transición.

AP seduce a parte del antiguo electorado de UCD y se consolida como segunda fuerza política (107 diputados). Se convierte, por lo tanto, en la alternativa de Gobierno, aunque todavía deberá esperar 14 años para ocupar la presidencia tras reposicionarse y regenerarse.

La legislatura del PSOE acaba con un aumento del paro, que alcanza el 21,2%.

1985 España entra en la OTAN. España termina **entrando en la OTAN** de la mano del PSOE, a pesar de su propia campaña en contra y de que Felipe González paralizará la adhesión a la Alianza Atlántica al llegar al Gobierno.

El presidente dispuso de cuatro años para convencer a la población y sacar adelante el referéndum a favor. La justificación se llamaba Europa. El Gobierno concluyó las negociaciones que permitían la **adhesión a la Comunidad Económica Europea** en junio de 1985.

1986. Consolidación del PSOE e ingreso de España en la Comunidad Europea España sigue siendo socialista, pero el voto queda más repartido en esta ocasión. El 22 de junio, el **PSOE mantiene la mayoría absoluta**, aunque pierde 18 escaños, que se reparten entre el centro y la izquierda. La promesa de reducir el paro no se ha cumplido.

El **desempleo afecta al 21%** de la población activa.

Suárez, con la nueva marca del **CDS y revalorizando "el centro"**, recupera terreno a costa del PSOE y de AP y pasa a tener 19 diputados. Y el PCE, rehabilitado junto al resto de formaciones comunistas en Izquierda Unida, con **Gerardo Iglesias** al frente, también consigue más votos que en la legislatura anterior llegando a siete escaños.

AP pierde dos diputados y comienza su proceso de regeneración. El presidente, Manuel Fraga Iribarne, **destituye al secretario general, Jorge Verstrynge**, y nombra en su lugar al concejal del Ayuntamiento de Madrid **Alberto Ruiz Gallardón**, de 27 años.

CiU refuerza su poder en Cataluña y, por tanto, en Madrid al conseguir 18 escaños. En el País Vasco, parte de los votos del PNV (seis escaños) se desplazan a HB (cinco).

1989. Felipe González ya ha empezado a sufrir **el desgaste del poder**. La promesa incumplida de acabar con el paro, la huelga general del 14-D de 1988, la expropiación de Rumasa y las cuentas por tráfico de influencias que constantemente le exige la oposición, pasan factura.

En febrero, la Audiencia Nacional ordena que se investigue el **desvío de los fondos reservados de Interior** para financiar los Grupos Antiterroristas de Liberación (GAL). Será el primero de una serie de escándalos que irán mermando la confianza de los españoles en el PSOE.

Por otro lado, el Gobierno acude a las elecciones tras **iniciar el diálogo con la banda terrorista ETA** en las conversaciones de Argel. La tregua duró lo que la negociación, que fracasó a los tres meses.

Ese año, el 29 de octubre, **Felipe González vuelve a obtener mayoría absoluta**, aunque muy ajustada. Consigue 175 escaños, el mismo número que suman el resto de partidos que han obtenido representación parlamentaria. El PSOE tendrá que negociar con el PNV el apoyo a la investidura.

Alianza Popular se ha convertido en el **Partido Popular y tiene nuevo líder, José María Aznar**, nombrado candidato apenas dos meses antes de los comicios. El cambio precipitado no le resta votos al PP, sino que le da dos escaños más (107) arrastrando parte de los diputados que pierde el CDS. El partido de Suárez inicia el descenso (de 19 a 14 escaños) que marcará su desaparición.

El voto de la izquierdas es recuperado por Izquierda Unida y su **nuevo coordinador general, Julio Anguita, que consigue 17 diputados**, 10 más que en 1986. En Cataluña y País Vasco, los nacionalistas mantienen su cuota de poder.

La renovación va lavando la cara de todas las fuerzas políticas excepto de la que gobierna. El PSOE no se cuestiona el liderazgo de Felipe González hasta la legislatura 93-96.

1993. Adiós a la mayoría absoluta del PSOE Estos comicios están precedidos por diversos **escándalos en el seno del Gobierno** y la sensación de que algunos de sus responsables se benefician personalmente de su cargo. Los españoles, además, siguen preocupados por el paro. Felipe González no sólo no ha logrado crear los 800.000 puestos de trabajo prometidos, sino que **el índice de desempleo, en el 24%**, es mayor que cuando desembarcó en el poder.

El optimismo y el impulso económico propiciado por **los Juegos Olímpicos del 1992 y la Exposición Universal de Sevilla no son suficientes para devolver la ilusión** a una población desencantada políticamente. Casos como la financiación ilegal del PSOE a través de Filesa, el “caso Ibercorp” en el que estaba implicado hasta presidente del Banco de España, las actividades sospechosas del grupo kuwaití KIO, las irregularidades en la financiación del AVE..., contribuyen a la desesperanza.

La campaña se calienta con los primeros **debates electorales en televisión**, seguidos masivamente por la opinión pública. Aznar le reprocha a González ante las

cámaras asuntos que en 2004 se le han recriminado a él, como **el precio de la vivienda** y el envío de tropas a zona de conflicto bélico.

El 6 de junio, **el PSOE pierde su histórica mayoría absoluta** y se ve obligado a pactar con CiU para formar gobierno. Podría haberse aliado con IU (ocho escaños) y unificar la izquierda, pero Julio Anguita ve en la decadencia socialista la oportunidad de erigir IU en la principal fuerza de izquierda y opta por el enfrentamiento.

El PP conquista 18 escaños del PSOE. Aznar, presidente del partido desde 1990, consolida su liderazgo. Los 'populares' confían en desbancar a González de la Presidencia. Su oposición será implacable. El PP empieza a forjar el término "crispación" para referirse a la gestión del Gobierno y la corrupción se convierte en un tema cotidiano de debate público.

En el País Vasco pierde apoyo HB, cada vez más atacada por el resto de partidos y más desgastada en su propio terreno. La sorpresa proviene de **Coalición Canaria (cuatro escaños) que entra triunfal** en el hemiciclo y que será clave en el cambio que se avecina. El CDS no obtiene representación parlamentaria.

1.3.3. Gobierno PP: 1996-2004.

Después de 14 años de Gobierno del PSOE, obtiene (141 escaños) y el PP se encuentra ante una difícil situación para formar gobierno. De hecho, **pasarán dos meses hasta que el PP (156 diputados) se ponga de acuerdo con CiU (16), PNV (cinco) y CC (cuatro)** para votar a favor de la investidura de José María Aznar.

En el Congreso, HB mantiene sus dos diputados y entra **una nueva fuerza política, los nacionalistas gallegos (BNG)**.

2000. Mayoría absoluta del PP. Los logros que proclama el PP durante la campaña convencen de nuevo al electorado. Aznar y su equipo dicen haber sacado a España de la crisis económica, situarla a la cabeza del desarrollo de la UE, haber saneado las cuentas públicas, pactar con los sindicatos y reducir el paro en ocho puntos. El 12 de marzo de 2000, el PP consigue la mayoría absoluta (183 escaños).

En esta victoria influye, el desmoronamiento -por falta de cohesión interna- del PSOE en la oposición. Ante la nueva cita electoral, el PSOE propone a Joaquín Almunia como nuevo candidato, consigue el apoyo del 34% del electorado y logra 125 diputados en el Congreso, casi como en 1979.

En contra de lo previsto, ir de la mano de IU tampoco le granjea muchos apoyos. Parte del electorado del PSOE teme que se radicalice. De la misma manera, un porcentaje de los votantes de Izquierda Unida teme que el PSOE contamine la verdadera izquierda. La formación liderada por Francisco Frutos pierde 13 escaños de golpe y se reduce su presencia a ocho.

1.4. Situación política en la actualidad.

1.4.1. Gobierno PSOE: 2004-Actualmente.

2004. El PP pierde las elecciones. El PSOE logró una victoria contundente, inesperada y marcada por los atentados del 11-M. José Luis Rodríguez Zapatero consiguió dar la vuelta a las encuestas y obtiene 164 diputados. El PP pierde más de 30 escaños y Rajoy cosecha unos pésimos resultados (148). Los nacionalistas siguen teniendo la llave de la gobernabilidad. En el Senado, el PP se mantiene como el más votado.

Los efectos de los atentados del 11-M parecen haber sido decisivos en el vuelco electoral. Las pancartas de rechazo a la guerra de Irak y la petición de explicaciones sobre la autoría de los ataques terroristas se destapan ahora como los indicios que anunciaban la caída 'popular'.

Finalmente, cinco puntos separaron a ambos partidos (**42,64% frente al 37,64%**), una distancia que no se daba ni en plena tormenta política para el gobierno por los efectos del 'Prestige' y la participación española en la guerra de Irak.

Desde entonces, España ha mantenido y acrecentado su ritmo de cambios sociales y económicos. España es, a principios del siglo XXI la octava potencia mundial. La exitosa adopción del euro, un espectacular dinamismo social, un nivel de generación de empleo sin precedentes y unas cuentas públicas saneadas han convertido a España en pocos años en un país de acogida de inmigrantes, factor esencial de su crecimiento de población (casi 45 millones de habitantes a principios de 2006).

POLITICA GOBIERNO SOCIALISTA

- la inversión en investigación, desarrollo e innovación.
- A nivel externo, España es ya un importante país donante decidido a duplicar la cooperación al desarrollo en una legislatura con el objetivo de alcanzar en la siguiente el 0,7% de su PIB.
- España ha inaugurado en 2004 el primer gobierno paritario de su historia.
- entre otras iniciativas gubernamentales, la legalización del matrimonio homosexual.
- la ley contra la violencia de género.
- la ley de igualdad.

- la reforma de RTVE.
- las normas que simplifican las gestiones administrativas a los ciudadanos.
- La Ley de Dependencia garantiza la asistencia a 1,3 millones de españoles.

Muchos cambios en el Congreso. Se puede decir sin ninguna duda que el panorama electoral da un vuelco en todos los sentidos. El Parlamento se renovará hasta en sus rincones más recónditos. De entrada, el PP pierde con Rajoy más de 30 diputados, un descalabro que no auguraba ninguna encuesta.

El PSOE rompe todas las marcas y gana cerca de 40 escaños en el Congreso, consiguiendo una mayoría simple, pero muy holgada.

Los **partidos nacionalistas** catalanes y vascos se mantienen como fuerzas pequeñas, pero ganan peso específico en el Parlamento para formar gobierno: **CiU** pierde apoyo, aunque se ratifica como tercera fuerza. El **PNV** se mantiene inamovible con sus siete diputados. ERC da la campanada -algo que ya anunciaban las encuestas más optimistas- y pasa de uno a 8 diputados con el escándalo de Carod-Rovira y la tregua de ETA en Cataluña de fondo.

Izquierda Unida se ve arrastrada por el voto útil en favor de los socialistas, cae de 9 a 5 diputados y ni siquiera alcanza la barrera del 5% de los votos para formar grupo parlamentario. Pese a ello, Gaspar Llamazares ha recalcado que «el pueblo ha derrotado a la derecha autoritaria y mentirosa».

El aumento de la participación es una de las claves que también puede explicar el triunfo socialista: 8,5 puntos superior (77,2%) a la que se registró en las generales de 2000. Además, el voto en blanco batió récords: más de 400.000.

2004 Elecciones Generales (14 de marzo). Victoria del Partido Socialista Obrero español (PSOE) por mayoría relativa (164 de 350). Sesión de investidura en las Cortes de José Luis Rodríguez Zapatero como Presidente del Gobierno (17 de abril).

2005 Referéndum Constitución Europea (20 de febrero)

1.4.2. Elecciones 2008.

El PSOE ha ganado las elecciones generales de 2008 con una ventaja en porcentaje de sufragios de casi 3,5 puntos. Los socialistas obtienen 169 diputados, cinco más que en las anteriores legislativas. El PP por su parte obtiene 154 después del recuento del voto de los residentes en el extranjero. CiU se consolida como tercera fuerza en el Congreso, ERC e IU se desploman y UPyD, el partido de Rosa Díez, entra en el Parlamento.

RESULTADOS ELECCIONES 2008

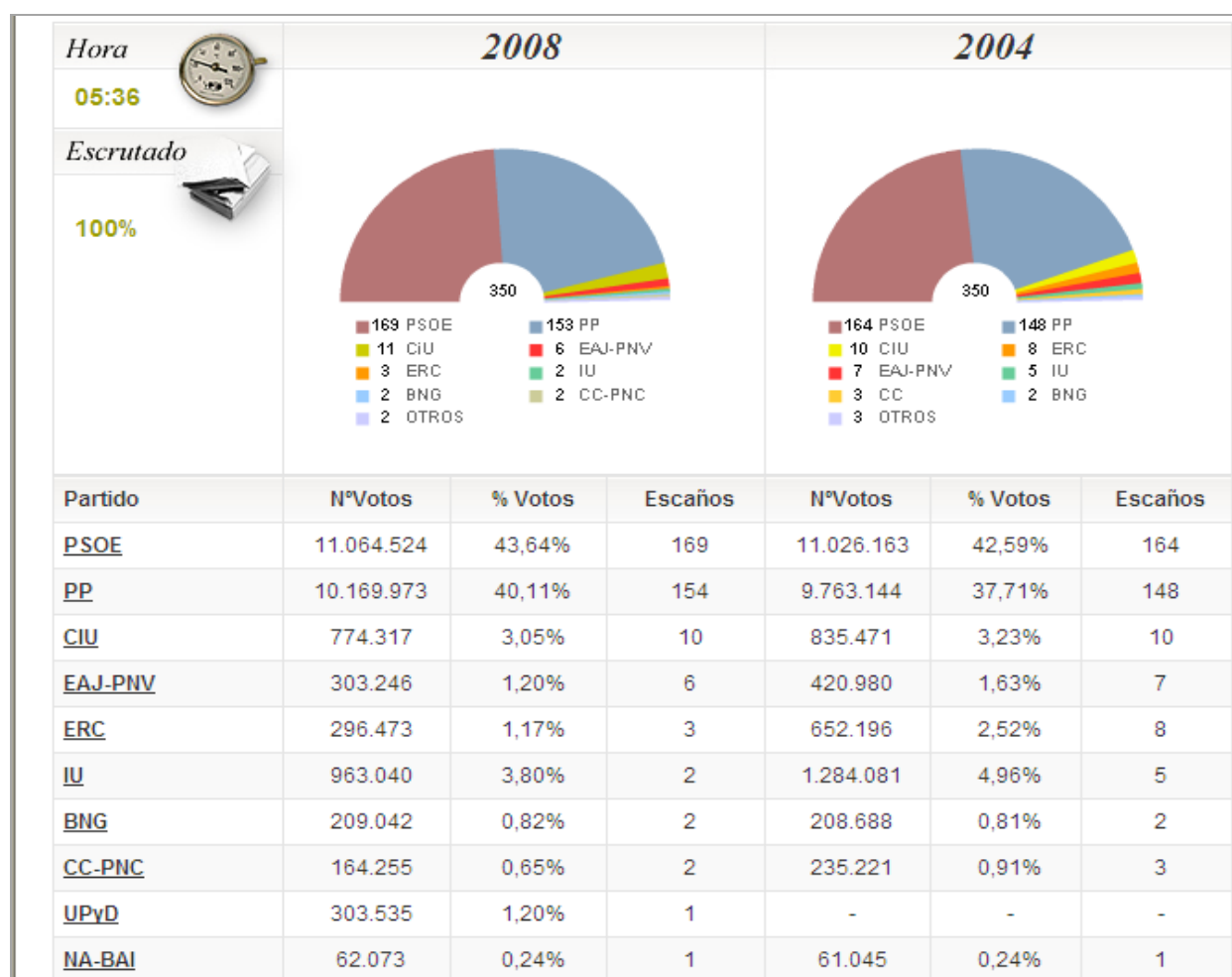


Gráfico 5-6. Resultados elecciones 2008

Las promesas electorales del PSOE.

- **Vivienda:** Impulsar el alquiler con opción a compra; Crear 1,5 millones de viviendas protegidas en los próximos 10 años; 30.000 viviendas para colectivos específicos en régimen de alquiler o usufructo; Modificar la ley para mejoras en seguridad de propietarios e inquilinos.

- **Fiscalidad:** Devolver 400 euros a todos los contribuyentes a partir de junio; Políticas de reducción del IRPF; sobre todo a asalariados y pensionistas; Eliminar el Impuesto sobre el Patrimonio; Eximir del pago del Impuesto de Sucesiones a las herencias inferiores a 60.000 euros; Reducción de IVA para productos sanitarios, educativos y culturales.

- **Inmigración;** Los inmigrantes que hayan cometido delitos relacionados con la violencia de género serán expulsados; Gestión ordenada y legal de los flujos migratorios, y basadas en la solidaridad de todos los países implicados.

- **Trabajo;** Reducir el paro al 7%.; Seguir con la mejora del salario mínimo hasta los 800 euros mensuales en 2012; Mejorar las pensiones mínimas. Una ley integral contra la siniestralidad laboral; Crear un estatuto del becario para fomentar la contratación tras el período de prácticas.

- **Familia;** Programas para que los colegios abran de 07.30 de la mañana a 20.00 de la tarde; Más escuelas infantiles; Ampliar a 18 semanas el permiso de maternidad por segundo hijo y a 20 por el tercero; Duplicar el permiso de paternidad hasta los 30 días; Ampliar de 8 a 12 años la edad de los hijos para la reducción de jornada; Estimular que los hombres accedan a medidas de reducción de jornada.

- **Mujer;** Facilitar la incorporación al trabajo de las mujeres que lo abandonaron por motivos familiares; Abrir una reflexión para estudiar una posible modificación de la actual ley con el objetivo de propiciar la igualdad en el acceso a la prestación y la seguridad jurídica de las mujeres y los profesionales; Aprobar una ley integral de igualdad de trato y contra la discriminación.

- **Educación:** Fomento de estancias formativas de alumnos y profesores en otros países para el aprendizaje de idiomas; Incrementar la inversión en universidades; Aumentar las becas para que lleguen al 50% de los alumnos de secundaria y al 30% de los de educación superior; Programa de 'becassalario' en bachillerato y ciclos de grado medio.

- **Terrorismo:** Acabar con ETA y buscar la colaboración del primer partido de la oposición y del resto de las de las fuerzas democráticas para ello. Sin expectativas de diálogo con la banda. Incrementar las plantillas de Policía y Guardia Civil hasta los 140.000 efectivos

CAPÍTULO 2: ECONOMÍA DE ESPAÑA

		POLÍTICA	ECONOMÍA	SOCIEDAD	
D E C A D A 7 0	1975	Muere Franco- Cambio Dictadura a Democracia	Crisis energética. Aumenta déficit público	Menor Natalidad desde 1975: mujer en el trabajo. Edad matrimonio se retrasa. N° hijos menor.	D E C A D A 7 0
	1977	1ªs elecciones democráticas. Gana UCD	Pactos de la Moncloa para frenar inflación		
	1978	Constitución española		Incremento del Paro desde 1975. Emigración española.	
	1979	2º Triunfo UCD elecciones	Nuevo sistema impositivo: Leyes renta, Socieddades y Patrimonio		
D E C A D A 8 0	1982	PSOE gana elecciones. Mayoría absoluta			D E C A D A 8 0
	1983		Reconversión industrial. Mayor competitividad productos	Mayor cualificación laboral. Formación, especialización	
	1985		Sistema Protección social: Sanear el sistema público reforzando sistema contributivo	Nueva clase media (personal administrativo, comercial y técnico).	
	1986	España entra en la OTAN	España entra en la CEE. Apertura economía española al mundo.	Mayor N° de universitarios	
	1989	PSOE gana elecciones. Mayoría absoluta			
D E D 9 0	1992		Tratado Unión Europea		D E D 9 0
	1996	PP gana las elecciones		España país receptor de emigrantes.	
	1999		Establecimiento de una Unión Económica y Monetaria. Moneda Única €		
D E C 0 0	2000	Mayoría absoluta PP		Disminución Paro.	D E C 0 0
	2004	Victoria inesperada del PSOE		Nueva Ley Inmigración	
	2008	Victoria del PSOE			
	2009		Crisis económica	Crisis social	

Gráfico 7. Economía de España

2.1. Resumen situación económica en España 1980-1990.

1983 RECONVERSIÓN INDUSTRIAL ➡ Los sectores afectados fueron los ligados a la construcción naval, la siderurgia integral, al acero y a los electrodomésticos.

Resultado fuerte aumento del output potencial de la economía y de la competitividad de sus productos, en un marco de mayor productividad y menores precios, un incremento considerable de los pedidos de bienes industriales españoles en el resto del mundo, fundamentalmente, en los países del Mercado Común.

1985 SISTEMA DE PROTECCIÓN SOCIAL ➡ se plasmaría inicialmente en la Ley de medidas urgentes de 1985 y posteriormente en 1996, en el **Pacto de Toledo**.

Objetivo: sanear y consolidar el sistema público vigente, reforzando carácter contributivo.

Acuerdo de consolidación y racionalización del sistema de protección social, se alcanzó en el **Pacto de Toledo, en 1996**: mantenimiento del poder adquisitivo de los pensionistas; mejora de las prestaciones insuficientes.

1986 ENTRADA ESPAÑA EN LA CEE ➡ fortalecimiento de la política económica en Europa, principio cohesión económica y social mediante la ayuda a los países de menor nivel de renta per cápita, para lograr la convergencia de renta con la media europea. Apertura de la economía española al resto del mundo.

1992 TRATADO DE LA UNIÓN EUROPEA ➡ promover un progreso económico y social equilibrado y sostenible y el fortalecimiento de la cohesión económica y social. Establecimiento de una Unión Económica y Monetaria (1999), en la que una única moneda (el euro) sería el patrón de cambio de todos sus Estados Miembros.

2.2. Proceso incorporación de España al Mercado Común. Análisis década 1980.

2.2.1. La incorporación de España al Mercado Común.

La difícil situación económica requería acciones inmediatas que, entre otras virtudes, tendría la del asentamiento del propio sistema democrático. No obstante, era necesario legitimar la nueva situación, precisamente a través de una Constitución refrendada por el pueblo español, para poder lograr, por ejemplo, la definitiva apertura exterior de nuestra economía. El objetivo fundamental, que era la entrada en el Mercado Común Europeo, no se produciría hasta que el sistema político español quedara democráticamente homologado. Así, la aprobación de la Constitución y la consiguiente implantación del sistema democrático hicieron posible la incorporación de pleno derecho de España en dicho Mercado Común y, por consiguiente, la irreversible apertura exterior de la economía.

Los retos que la democracia había de afrontar eran importantes.

- Por un lado, el proceso de reconversión industrial, necesario desde muchos años antes, llevado a cabo para lograr la modernización de la industria española y corregir sus desequilibrios; de manera similar, el proceso de redistribución de la renta, prácticamente inexistente hasta este momento y que, a través de sus instrumentos de actuación (sistema impositivo progresivo, prestaciones sociales, financiación regional solidaria, etcétera) conduciría a reducir los desequilibrios interiores en materia de renta y bienestar.
- Por otro lado, como se ha citado arriba, la adhesión como socio al Mercado Común Europeo, fundamental para la apertura exterior española y para lograr una convergencia real con los ciudadanos europeos que tendría su culminación en el momento de la entrada en la Unión Monetaria Europea.

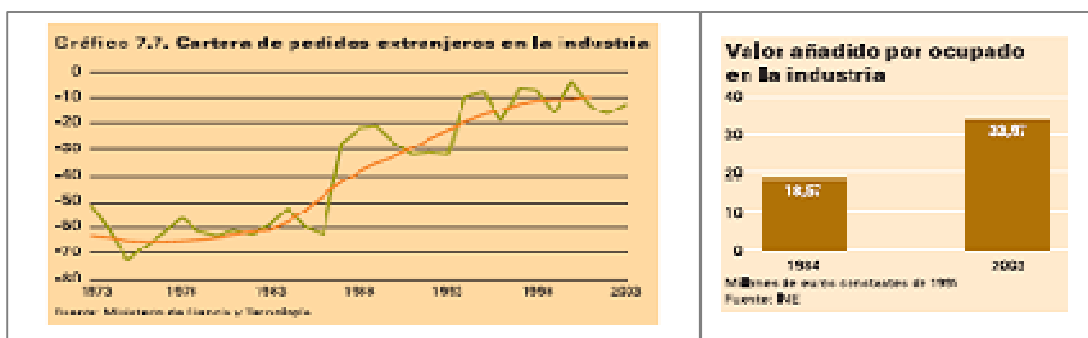
2.2.2. Reconversión Industrial.

La necesidad de instrumentar una nueva política de reconversión industrial orientada hacia la modernización de la industria española, de cara a hacerla competitiva en el mercado europeo fue la filosofía **del Real Decreto Ley 8/1983** sobre reconversión y reindustrialización, convertido posteriormente en la Ley 27/1984, en la que se establecieron un conjunto de medidas de política económica para facilitar el ajuste productivo y para paliar los correspondientes costes económicos y sociales.

Los sectores directamente afectados por esta reconversión industrial fueron los ligados a la construcción naval, la siderurgia integral, al acero y a los electrodomésticos. La fuerte concentración geográfica de este tipo de Industria generó notables problemas sociales en determinadas regiones, al incrementarse de forma sensible la tasa de paro.

El nivel de ocupación de la industria nueva era muy inferior a la anteriormente existente, la agricultura continuaba perdiendo peso en el producto y los servicios no eran capaces de ocupar toda la mano de obra que salía de la industria. Únicamente la mejora de las prestaciones por desempleo, tanto en nivel como en cobertura, palió en cierto modo este desfavorable panorama social.

La reconversión industrial dio como resultado un fuerte aumento del output potencial de la economía y de la competitividad de sus productos, en un marco de mayor productividad (debida fundamentalmente a la mejora de la tecnología utilizada) y menores precios, hecho que se tradujo en un incremento considerable de los pedidos de bienes industriales españoles en el resto del mundo, fundamentalmente, en los países del Mercado Común. Los gráficos siguientes ilustran estos hechos:



Fuente: Estudio estadístico INE.

Gráfico 8-9 Cartera de pedidos extranjeros y valor añadido por ocupación en la industria.

2.2.3. Nuevo Sistema Impositivo.

Todo proceso de redistribución de renta ha de ir necesariamente ligado a diversas acciones entre las que tienen un lugar prioritario el establecimiento de sistemas de imposición directa que introduzcan elementos de progresividad, una mejora del sistema general de prestaciones sociales, tanto en dinero (pensiones, subsidios de desempleo, etcétera) como en especie (servicios educativos y sanitarios principalmente), así como un esquema político económico para compensar todo tipo de desequilibrios, como por ejemplo los de carácter regional.

Fruto del consenso político llevado a cabo en los Pactos de la Moncloa, se desarrolló en España un nuevo sistema impositivo más eficiente y redistributivo. Así, en **1979** El proceso de redistribución de la renta entraron en vigor, con relativa facilidad, las leyes de los Impuestos sobre la Renta de las personas físicas, del Impuesto sobre Sociedades y del Impuesto sobre el Patrimonio, tres figuras que tienen como característica común la imposición acorde con los diferentes niveles de renta, patrimonio o de beneficio empresarial.

Los efectos de este nuevo sistema comenzaron a dejarse sentir muy pronto y, en el periodo comprendido entre **1980 y 1995**, los hogares aumentaron progresivamente la parte de las rentas del trabajo y de la propiedad (rentas primarias) destinadas al pago de impuestos directos.

El efecto de la mejora del sistema impositivo y del sistema de prestaciones sociales y la decidida política de compensación interregional ha producido una redistribución que se puede constatar con sólo comparar la renta primaria de los hogares con su renta disponible, lo que permite apreciar un mapa regional diferente a la situación previa a las reformas en el que las Comunidades de menor renta han sido las más favorecidas en detrimento de las regiones que ocupaban los primeros lugares.

La reforma de la imposición indirecta fue más laboriosa, intentándose varias veces la implantación del Impuesto sobre el Valor Añadido, hecho que no sería una realidad hasta la **entrada de España en la Comunidad Económica Europea, en 1986.**

2.2.4. Sistema de protección social.

Por otro lado, el consenso de los Pactos de la Moncloa y la puesta en marcha de la Constitución sirvieron también para construir los cimientos que permitieran caminar hacia la consolidación y la racionalización de un **nuevo sistema de protección social**, hecho que se plasmaría inicialmente en la Ley de medidas urgentes de 1985 y posteriormente en 1996, en el **Pacto de Toledo**.

El objetivo básico inicial, en 1985, fue sanear y consolidar el sistema público vigente, reforzando su carácter contributivo y estableciendo un nuevo sistema de cálculo de las pensiones. Aún así, el establecimiento de medidas de carácter unilateral no ofrecía ninguna garantía de futuro, por lo que se hizo necesario llegar a un acuerdo más amplio de consolidación y racionalización del sistema de protección social, hecho que se alcanzó en el **Pacto de Toledo, en 1996**.

Los principales avances consensuados entre todas las fuerzas políticas y sociales en dicho Pacto fueron, por un lado:

1. el mantenimiento del poder adquisitivo de los pensionistas,
2. por otro, la mejora de las prestaciones insuficientes, según las posibilidades del sistema y,
3. finalmente, la adopción de medidas financieras encaminadas hacia la viabilidad futura del sistema de protección social.

En este sentido, como indicador básico de la mejora lograda en dicho sistema de protección social cabe mencionar que la pensión media, durante los 25 años del periodo constitucional creció, por término medio, en torno a dos puntos por encima de la inflación. Asimismo, el salario mínimo interprofesional ha mantenido su poder adquisitivo, en términos reales, al crecer de forma similar al IPC.

2.2.5. Entrada España en la CEE 1986.

La entrada de España en la Comunidad Económica Europea y, más concretamente, la entrada en vigor del **Acta Única Europea, en 1987**, supuso un fortalecimiento de la política económica a escala europea, consagrándose el principio de cohesión económica y social mediante la ayuda a los países de menor nivel de renta per cápita, entre ellos España, para lograr la convergencia de renta con la media europea.

Este hecho determinó, además, que las regiones españolas con un índice de renta menor (inferior al 75 por ciento de la media europea) se beneficiaran de la recepción de un importante volumen de fondos estructurales, que han coadyuvado a su mayor desarrollo.

La entrada de España en la Comunidad Económica Europea, en enero de 1986, supuso la apertura definitiva de la economía española al resto del mundo, así como el inicio de un período de crecimiento sostenido no conocido hasta entonces, únicamente interrumpido por la crisis de 1993, que permitió el acercamiento del nivel de renta español a la media europea.

El acceso de los productos españoles a grandes mercados, como Alemania, el Reino Unido, Francia o Italia ha supuesto el despegue de nuestras exportaciones. De la misma forma, España ha podido importar una buena cantidad de productos a precios más competitivos que los producidos interiormente, especialmente maquinaria, material de transporte y otros bienes de equipo.

Después de un período de siete años, entre 1978 y 1984, en los que la señal de crecimiento se había perdido y el PIB real apenas aumentaba a una tasa inferior al 1 por ciento, un ciclo expansivo que tuvo dos características: su longitud (era desconocido hasta entonces un período tan largo de continuo crecimiento) y la magnitud de las tasas a las que se creció, una vez superada la grave recesión de 1993, que fueron superiores a las europeas (en más de un punto porcentual por año).

De esta manera, se logró el paulatino acercamiento del PIB español al de la media europea. Este crecimiento no se produjo de forma similar en todas las actividades productivas. Al igual que en el período preconstitucional, la agricultura continuó perdiendo peso en la economía de forma notable a favor de los servicios (hasta llegar a un escaso 3 por ciento del PIB en 2002).

Además, especialmente a partir de los primeros años de la década de los noventa, se produjo un importante cambio en la estructura económica de España y de los países más industrializados del mundo, que condicionó la composición del crecimiento. Las empresas industriales, que poseían internamente unidades de servicios asociadas a su producción (de contabilidad, jurídicos, de diseño, de informática, comerciales, de publicidad, etcétera) tendieron a externalizar estos servicios a otras unidades fuera de las empresas, de forma que éstas se quedaban únicamente con el proceso industrial de producción.

Este fenómeno, denominado terciarización de la economía, hizo perder peso específico a la industria a favor de los servicios, a la vez que aumentaba la competitividad de ambos.

Si bien la entrada en la Comunidad Económica Europea relanzó el crecimiento económico, algunos indicadores clave de la economía española no conseguían mejorar sustantivamente, manteniéndose lejos de las medias de nuestros socios. Tal era el caso de las tasas de paro e inflación, los tipos de interés, el estado de las finanzas públicas y las diferencias de renta regionales.

2.3. Análisis situación económica década '90 – '00. España en Europa.

Sin embargo, en febrero de 1992, con la aprobación del Tratado de la Unión Europea, en la que se integran los doce países (quince en 1995) de la Comunidad Económica Europea, estos desequilibrios iban a comenzar a reducirse. El Tratado tenía una doble finalidad: por un lado, promover un progreso económico y social equilibrado y sostenible a través, principalmente, de la creación de un espacio sin fronteras (Mercado Único Europeo) y, por otro, el fortalecimiento de la cohesión económica y social. Todo ello encaminado hacia el establecimiento de una Unión Económica y Monetaria, en la que una única moneda (el euro) sería el patrón de cambio de todos sus Estados Miembros.

Además, el Tratado incorporaba la creación del fondo de cohesión económica y social y la reforma de los fondos estructurales, destinados principalmente a corregir los desequilibrios regionales, de los que España ha sido, y es todavía, uno de los países más beneficiados.

La fecha para la entrada en vigor de la Unión Económica y Monetaria se fijó en el **1 de enero de 1999**. Únicamente se permitiría el acceso a esta fase, a aquellos países que gozaran de un cierto equilibrio en su economía.

Así, se definieron cuatro criterios (denominados de convergencia) que los países debían cumplir a una fecha determinada, que fue en concreto, el 31 de diciembre de 1997:

- El logro de un alto grado de estabilidad de precios. La tasa de inflación, medida en términos del IPC armonizado, no podía exceder en más de 1,5 puntos de la media de los tres países con una tasa inferior.
- Sostenibilidad de las finanzas públicas, que quedaría demostrada en caso de haberse conseguido una situación del presupuesto con un déficit público inferior al 3 por ciento del PIB y un nivel de deuda pública inferior al 60 por ciento del PIB.
- Estabilidad cambiaria, que consistiría en respetar, durante dos años como mínimo, sin que se produjese devaluación frente a la moneda de ningún otro Estado Miembro, los márgenes normales de fluctuación que

establece el mecanismo de tipos de cambio del Sistema Monetario Europeo (SME).

- El carácter duradero de la convergencia conseguida por el Estado Miembro y de su participación en el mecanismo de tipos de cambio del SME, deberá verse reflejado en los niveles de tipos de interés a largo plazo. Un año antes del examen, los Estados deberán tener un promedio de interés nominal a largo plazo que no exceda en más de un 2 por ciento el de, como máximo, los tres Estados miembros con mejor comportamiento en materia de estabilidad de precios. Se medirán con referencia a los bonos del Estado a largo plazo u otros valores comparables.

Únicamente se daría paso a esta fase si una mayoría de los Estados Miembros de la Unión Europea cumplían los criterios de convergencia. España fue un firme candidato desde el principio para la entrada en dicha Unión, pasando el examen de convergencia después de haber realizado un notable esfuerzo en materia de corrección de estos indicadores.

Así, se redujo la tasa de inflación, del 6 al 2 por ciento interanual, el déficit público del 7 al 3 por ciento sobre el PIB, los tipos de interés a largo bajaron del 11,5 al entorno del 5 por ciento y se mantuvo el tipo de cambio frente a las monedas del SME durante 1996 y 1997, si bien, después de aumentarse los márgenes de fluctuación del sistema.

La pertenencia de España a la CEE, en primer lugar, y a la UME, posteriormente, ha hecho prosperar su economía con mayor intensidad que la mayor parte de los estados miembros, lo que ha determinado el acercamiento de los niveles de renta españoles a los europeos. Así, el PIB per cápita (medido en paridad de poder adquisitivo) español, que a principios de la década de los ochenta se situaba 30 puntos por debajo de la media europea, ha recorrido prácticamente la mitad del camino hacia la convergencia (en 2002 es un 16 por ciento inferior a la media europea).

Sin embargo, desde la perspectiva regional, este progreso no ha sido compartido de forma similar por todas las comunidades autónomas. Regiones como Madrid han aumentado más de 30 puntos su índice en las dos últimas décadas, situándose claramente por encima de la media europea, al igual que Navarra, el País Vasco, las Islas Baleares o Cataluña.

Por otra parte, y sobre todo debido al notable impulso de los fondos estructurales, las regiones de menor renta han mejorado también su posición frente al estándar europeo, si bien de una forma más moderada.

Como se desprende del análisis de los epígrafes anteriores, los veinticinco años de período constitucional han supuesto una mejora incuestionable de la economía española. A día de hoy, el crecimiento de la economía es saneado, existen más y mejores mecanismos de protección social, se ha creado un marco político y económico para la redistribución de la renta entre los distintos estratos de población y las diferentes regiones, etcétera.

Además, el Pacto de Estabilidad y Crecimiento por el que los Estados Miembros de la Unión Europea están obligados a evitar en el futuro déficit excesivos (dado que las finanzas públicas saneadas son un medio para reforzar las condiciones para conseguir la estabilidad de los precios, así como un crecimiento fuerte y sostenible que favorece el empleo), garantiza el mantenimiento futuro del equilibrio en los indicadores económicos.

No obstante, todavía hay que seguir avanzando en la mejora de los mecanismos redistribuidores de renta. La entrada de nuevos socios en la Unión Europea, con unos índices de renta bajos, puede afectar negativamente la consecución de fondos europeos para las regiones españolas y, ante este riesgo evidente, deberán establecerse formas de solidaridad interregional para proseguir reduciendo los desequilibrios, lográndose el solidario objetivo marcado por el artículo 131.1 de la Constitución con el que se inició el presente capítulo.

2.4. Situación económica actual

2.4.1 Contexto internacional

Las incertidumbres derivadas de las turbulencias surgidas en los mercados financieros en el segundo semestre del año 2007, que llevaron a un deterioro de las expectativas de crecimiento para el próximo, no impidieron que el año 2007 registrase un fuerte crecimiento económico que permitió prolongar el ciclo expansivo más largo desde mediados de los años sesenta.

En esta ocasión, la desaceleración de la economía estadounidense se vio compensada por el fuerte dinamismo de las economías emergentes y por el crecimiento de la Unión Europea que, aunque moderado, fue el segundo mayor de los últimos siete años.

Pero, a partir del verano, las mencionadas turbulencias en los mercados financieros mundiales, que trajeron consigo un empeoramiento de las condiciones de crédito y una falta de liquidez, y la fuerte caída de los activos inmobiliarios en Estados Unidos provocaron una revisión a la baja de las expectativas de crecimiento para 2008. Al deterioro de las expectativas contribuyeron también el incremento de los precios de las materias primas, en particular del petróleo, y de algunos productos básicos, en especial de los cereales, así como el reajuste de los tipos de cambio con la fuerte depreciación del dólar.

En el ámbito comercial, la desaceleración de la economía estadounidense y la mencionada elevación de los precios del petróleo, de las materias primas y de algunos productos agrícolas provocaron en 2007 un menor crecimiento de los intercambios comerciales mundiales, una intensificación de las presiones proteccionistas comerciales y que apenas se lograsen avances hacia la conclusión de la Ronda de Doha de la Organización Mundial de Comercio (OMC).

Fuente: CES Consejo Económico y Social. Memoria sobre la situación socioeconómica y laboral de España 2007

2.4.2. Unión Europea.

Los resultados de la economía europea en 2007 fueron relativamente favorables en términos de crecimiento y sus variables macroeconómicas reflejaron unos buenos fundamentos, a excepción de la inflación a partir del mes de septiembre, con lo que deberá hacer frente a la etapa de desaceleración económica que se avecina. Los principales organismos internacionales, y la Comisión Europea en sus previsiones de primavera de 2008 avanza una moderación del crecimiento en la Unión Europea y en la zona euro y un aumento de la inflación que se constituye en la principal fuente de preocupación a corto plazo, más allá de las incertidumbres sobre la finalización de las tensiones financieras y su impacto en la economía real.

En cambio, la saneada situación, en general, de las finanzas públicas europeas puede desempeñar una función estabilizadora ante un posible deterioro de la situación económica mundial. Si a ello se añade que, en los últimos años, la situación financiera de las empresas y las economías domésticas ha mejorado y que en el comercio exterior de la Unión Europea tiene un elevado peso el realizado con las áreas menos expuestas a las perturbaciones financieras, se puede confiar en que la economía europea pueda hacer frente satisfactoriamente a la desaceleración que previsiblemente se producirá en los próximos dos años.

En la Unión Europea, a pesar de que, en media anual, los precios se mantuvieron en tasas moderadas, desde finales del verano, a la desaceleración de la actividad y a la incertidumbre dominante en los mercados financieros se unió el repunte al alza en los precios. Esta evolución de los precios, desde septiembre, se explica principalmente por el impacto de los precios de la energía y de otras materias primas básicas, principalmente los cereales, y su traslado a los componentes de transportes y alimentación, respectivamente.

2.4.3. Economía Española.

La economía española se mantuvo en 2007 entre las más dinámicas de su entorno, al registrar un crecimiento del PIB del 3,8 por 100, nueve décimas superior al promedio de la Unión Europea. Este avance fue, sin embargo, ligeramente inferior al del año anterior, apreciándose, en términos trimestrales, una paulatina desaceleración de la actividad económica, en respuesta a la pérdida de impulso de los principales factores que habían sustentado el crecimiento económico en el último ciclo expansivo: el gasto en consumo de los hogares y el sector de la construcción, fundamentalmente en el componente de edificación residencial. De este modo, la aportación de la demanda interna al crecimiento del PIB se moderó en 2007, al tiempo que se redujo la contribución negativa del sector exterior.

En un principio, las previsiones apuntaban a crecimientos de la actividad económica más moderados, pero posiblemente más sostenibles en el medio y largo plazo, atribuibles fundamentalmente al ajuste en el sector de la construcción residencial y a la menor pujanza del consumo de los hogares, al tiempo que se esperaba que la recuperación de la economía europea impulsara las exportaciones españolas, contribuyendo, junto a la desaceleración de las importaciones, a reducir la aportación negativa del sector exterior sobre la economía.

Sin embargo, el panorama cambió sustancialmente con el inicio de la crisis hipotecaria en Estados Unidos en verano de 2007 y su traslado al mercado financiero internacional, concretándose los principales canales de transmisión de las turbulencias financieras en el endurecimiento de las condiciones de acceso al crédito, el deterioro de la confianza de los agentes económicos, y el menor efecto riqueza derivado de la moderación de los precios de los activos bursátiles e inmobiliarios.

Todo ello, unido a otros factores de riesgo relacionados con la persistente apreciación del euro frente al dólar y con una elevada inflación consecuencia de los aumentos del precio de las materias primas y de los alimentos en los mercados internacionales, llevaron a los principales organismos internacionales y al Gobierno a revisar a la baja en más de una ocasión sus previsiones de crecimiento para la economía española.

Fuente: CES Consejo Económico y Social. Memoria sobre la situación socioeconómica y laboral de España 2007

CAPÍTULO 3: ESTRUCTURA SOCIAL DE ESPAÑA

		POLÍTICA	ECONOMÍA	SOCIEDAD	
D E C A D A 7 0	1975	Muere Franco- Cambio Dictadura a Democracia	Crisis energética. Aumenta déficit público	Menor Natalidad desde 1975: mujer en el trabajo. Edad matrimonio se retrasa. N° hijos menor.	D E C A D A 7 0
	1977	1ªs elecciones democráticas. Gana UCD	Pactos de la Moncloa para frenar inflación		
	1978	Constitución española		Incremento del Paro desde 1975. Emigración española.	
	1979	2º Triunfo UCD elecciones	Nuevo sistema impositivo: Leyes renta, Sociedades y Patrimonio		
D E C A D A 8 0	1982	PSOE gana elecciones. Mayoría absoluta			D E C A D A 8 0
	1983		Reconversión industrial. Mayor competitividad productos	Mayor cualificación laboral. Formación, especialización	
	1985		Sistema Protección social: Sanear el sistema público reforzando sistema contributivo	Nueva clase media (personal administrativo, comercial y técnico).	
	1986	España entra en la OTAN	España entra en la CEE. Apertura economía española al mundo.	Mayor N° de universitarios	
	1989	PSOE gana elecciones. Mayoría absoluta			
D E D 9 0	1992		Tratado Unión Europea		D E D 9 0
	1996	PP gana las elecciones		España país receptor de emigrantes.	
	1999		Establecimiento de una Unión Económica y Monetaria. Moneda Única €		
D E C 0 0	2000	Mayoría absoluta PP		Disminución Paro.	D E C 0 0
	2004	Victoria inesperada del PSOE		Nueva Ley Inmigración	
	2008	Victoria del PSOE			
	2009		Crisis económica	Crisis social	

Gráfico 10. Estructura social de España.

3.1. Resumen situación social en España.

INDICADORES SOCIEDAD

POBLACIÓN Crecimiento población (20 mill desde 1900) * Mayor esperanza de vida

FORMACIÓN SOCIEDAD ESPAÑOLA

- Mayor formación
- Cambios educación, → Mayor numero de universitarios.
→ Mayor N° de mujeres universitarias

ANÁLISIS OCUPACIONAL SOCIEDAD ESPAÑOLA

- Cambios cualificación laboral → Formación → Especialización



Clase media en España

- El problema del Paro. → Debido Modernización economía Desarrollo mercados industriales

→ Aparece mitad '70. Mujeres y jóvenes los más afectados



Compaginar vida familiar



Búsqueda 1er. Empleo



Se entra + tarde al mercado laboral, se sale antes

CAMBIO DEMOGRÁFICO

- Volumen Inmigración en España cada vez mayor. → En grandes ciudades.

Diferentes países

→ Búsqueda trabajo. Colectivo en crecimiento

→ Cambios y evolución en su situación.

→ Ley de extranjería y legalización

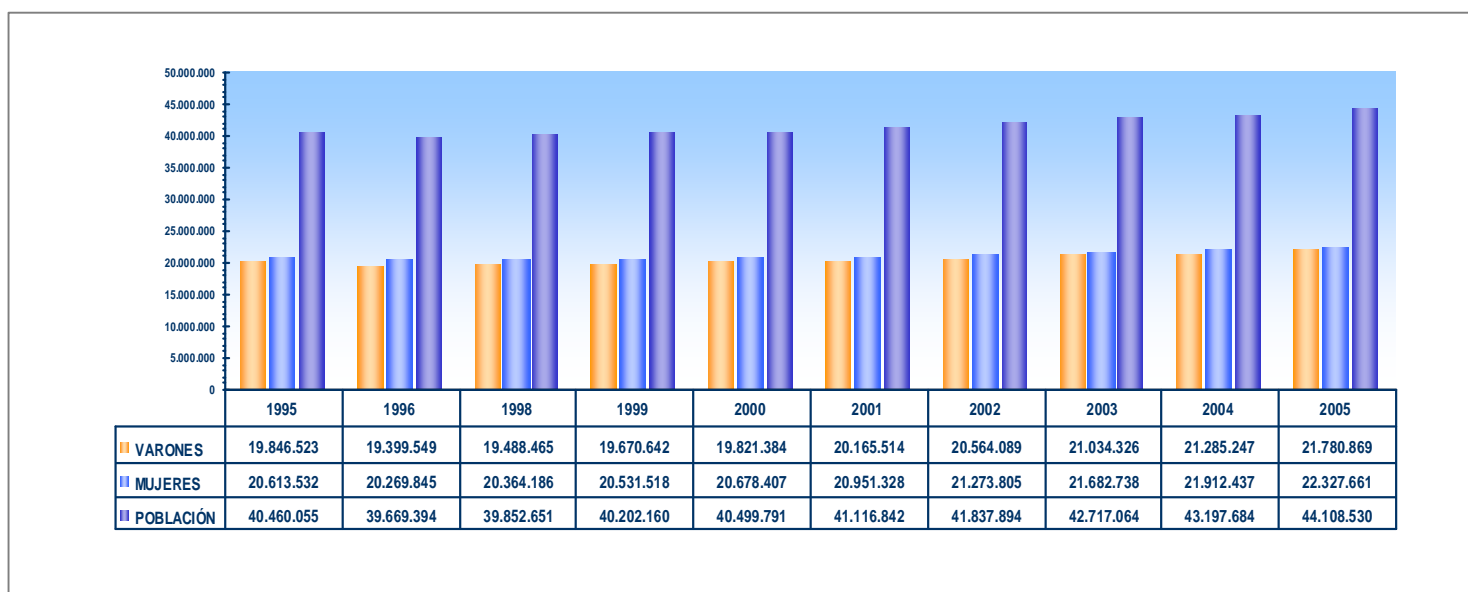
3.2. Análisis sociodemográfico.

3.2.1. Población.

Los cambios que se están produciendo lo hacen en poco tiempo y son muy intensos, por ejemplo la **natalidad, la mortalidad, la desigual distribución en las franjas de edad, el número creciente de desempleados...** Hay una serie de factores demográficos que nos muestran que la sociedad española se ha modernizado.

La población española ha **crecido en más de 20 millones de persona desde 1900**, es un país nuevo, en términos demográficos. Empezamos a ser un país receptor de emigrantes, ya no emigramos nosotros, También decrecen las migraciones interiores. El envejecimiento de la sociedad provoca un descenso de la población joven, la población española va a frenar su aumento, incluso va a descender, en los próximos años, se trata de un país, demográficamente hablando, diferente a las décadas anteriores.

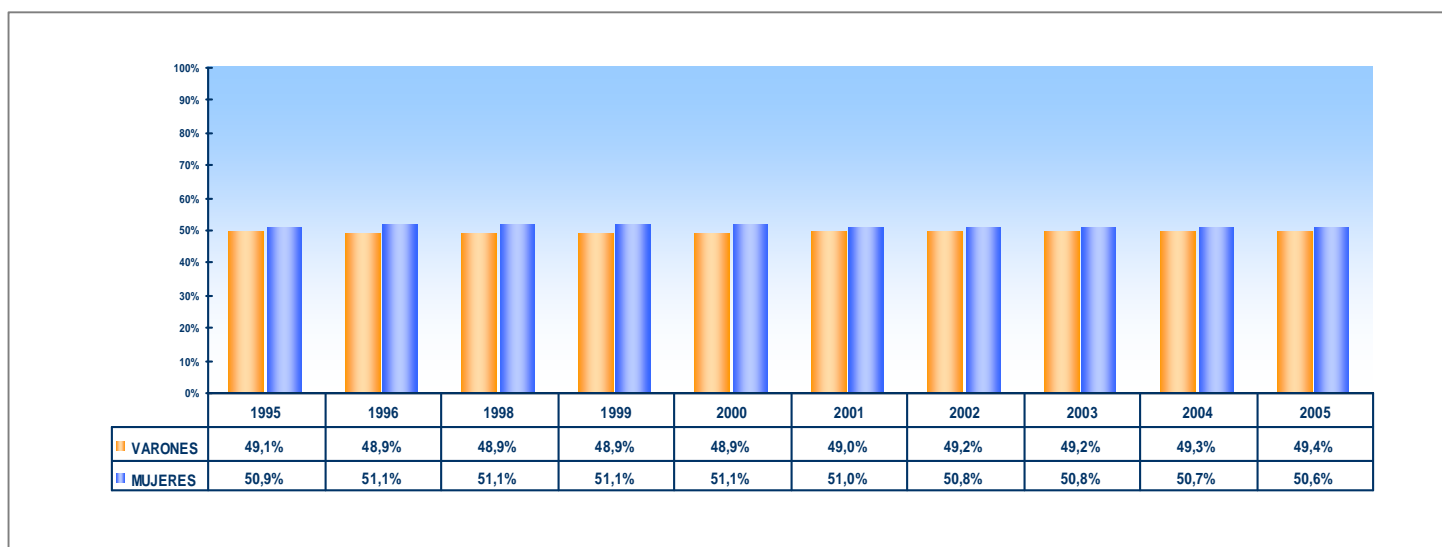
Población en España 1995-2005.



Fuente: Estudio estadístico INE. Elaboración propia

Gráfico 11. Población en España 1995-2005.

% Por sexo población España 1980-2005.



Fuente: Estudio estadístico INE. Elaboración propia

Si analizamos el crecimiento de la población en España, podemos observar como excepto en el año 1996, hemos tenido un crecimiento gradual, en torno al 0.5%- 1%, destacando los años 2003 y 2005 donde este crecimiento ha superado el 2%.

Si realizamos este estudio por edad, podemos observar que el porcentaje de mujeres empieza siendo ligeramente inferior al 50% por lamayo probabilidad que los nacimientos sean de hombre, pero a medida que avanzamos en edad este porcentaje es mayor debido a la mayor experanza de vida de las mujeres.

El reparto de la población por sexos no ha tenido una variación significativa en estos años.

	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002
POBLACIÓN DE DERECHO¹ (a)												
Ambos sexos (miles)	38.935	39.055	39.167	39.263	39.345	39.426	39.520	39.649	39.843	40.169	40.614	41.201
Distribución porcentual por edad												
0-15 años	20,83	20,13	19,45	18,78	18,14	17,57	17,06	16,63	16,26	15,96	15,73	15,61
16-39 años	37,11	37,45	37,74	37,99	38,16	38,24	38,22	38,11	37,93	37,77	37,59	37,40
40-64 años	28,11	28,15	28,20	28,28	28,39	28,53	28,71	28,93	29,18	29,43	29,71	30,04
65-74 años	8,24	8,45	8,67	8,88	9,08	9,25	9,40	9,52	9,60	9,62	9,57	9,43
75 y más años	5,71	5,82	5,93	6,07	6,23	6,41	6,61	6,82	7,03	7,22	7,39	7,51

Fuente: Estudio estadístico INE.

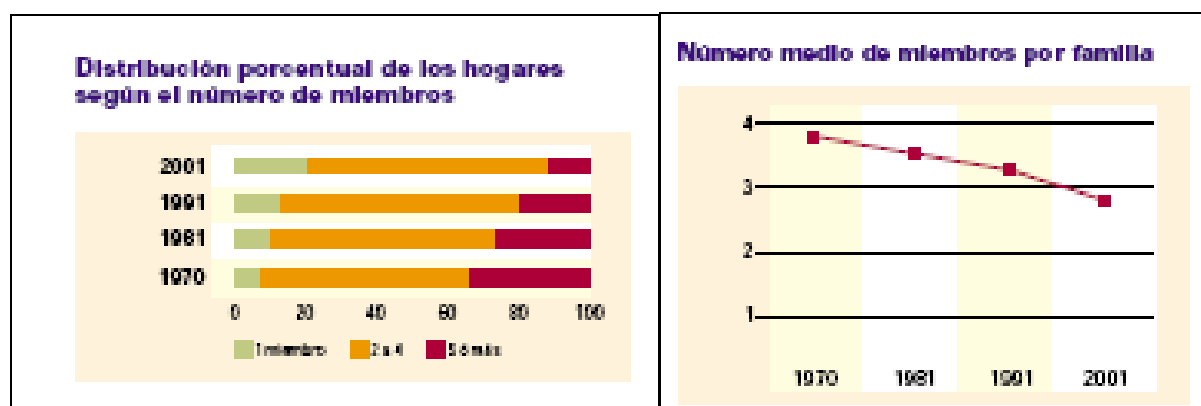
Gráfico 12-13. Población en España por sexo-edad

La población española, ha evolucionado su composición en franjas de edad, estas franjas son de 0 a 14 años, de 15 a 64 años y de 65 en adelante. Disminuye la franja de edad más joven y se engruesa la de los más ancianos.



Fuente: Estudio estadístico INE.

Los hogares cada vez son más pequeños, en los últimos 30 años se ha pasado de una media de 4 miembros por hogar a 3. Ha aumentado el número de personas que viven solas y ha disminuido el número de hogares con 5 o más miembros.



Fuente: Censos de Población y Viviendas 2001 INE

Gráfico 14-15. Análisis hogares.

3.2.2 El cambio demográfico.

Dentro de los cambios demográficos hay que destacar los movimientos migratorios:

3.2.2.1. Volumen migratorio en España.

En la etapa entre 1961-1970, la causa que indujo a este cambio de residencia fue la política económica llevada a cabo para favorecer a determinadas áreas geográficas. Este proceso de desarrollismo tuvo un gran coste, que perjudica a la población, supuso una serie de efectos negativos:

- Una quiebra de los valores campesinos, las personas emigrantes estaban desorientadas en cuanto al sistema de valores urbanos.
- Problemas de urbanización salvaje, mal proveimiento de servicios a la población.

Las regiones españolas más pobres fueron las que experimentaron las mayores salidas, en cambio las regiones desarrolladas comienzan a ser las zonas receptoras. Se asistió a procesos de desertificación de la geografía nacional y concentración de población en un espacio mínimo. La evolución de la densidad de la población a través de un cuadro donde se ve cómo las zonas que se intentaron desarrollar subieron en población:

	1965	1975
Barcelona	324´1	566´4
Madrid	276´5	545´4
Vizcaya	291´9	516´6
Guipúzcoa	209´5	339´2

Soria, Guadalajara y otras muchas provincias pierden población y se constituyen en zonas de deshabitación.

En la década de los 60-70 hay que señalar las comunidades que son receptoras de emigrantes, son Cataluña, Madrid, Valencia y el P.Vasco, son focos de emigración, en esa

década de los 60-70, las comunidades de migraciones negativas son Galicia, Andalucía y Castilla La Mancha.

Entre 1981 y 1991 se produce un giro migratorio, determinadas comunidades tienen un saldo migratorio positivo, mientras que antes no lo tenían, como pueden ser Baleares, Andalucía o las Islas Canarias, aquellas comunidades que tienen saldo negativo son el P.Vasco, Cataluña, Castilla León, Galicia y Extremadura. Durante la década de los 80 el cambio es fundamental, las zonas del desarrollismo son focos de expulsión, algunas zonas que antes eran de salida, ahora son de retorno de emigrantes. Las causas para esta emigración son:

- Políticas, propias de las autonomías, para potenciar diversas zonas del país.
- Regreso de emigrantes jubilados y de las personas que se quedan en paro. Se han ido a determinadas zonas de la costa o a zonas insulares, que se desarrollan económicamente a través de las industrias del ocio.

En la década de los 80, Madrid es la que se constituye como favorita para emigrar, concentrando un 40% del total de la emigración interior española, acogen a población de todas las zonas, a continuación, en segundo lugar, le sigue Valencia, las que siguen son las comunidades de Baleares y Canarias, así como Aragón es la que en menor medida acoge población.

3.2.2.2. España como país receptor de emigrantes.

Se desarrolla en la década de los 90, se asocia a la persona extranjera con personas que traen problemas y delincuencia, aunque También se asocia con circunstancias límites, emigración ilegal, hundimiento de pateras, asesinatos... así que se reacciona con términos de solidaridad, aunque todavía no somos lo suficientemente solidarios.

La sociedad española debe dar soluciones a problemas nuevos y nuestra realidad económica ha cambiado, muchos entran, pero más bien somos un país de paso hacia zonas más desarrolladas, es decir, tenemos todavía una masa de emigrantes pequeña, no llega al 2% de la población total del país. La gente que viene ahora, trae consigo la intención de quedarse.

Las causas de emigración hacia nuestro país no va a desaparecer, la presión demográfica en los países del 3er Mundo irá en aumento, las situaciones de desigualdad económica entre los países pobres y los ricos, las situaciones de violencia...

En la década de los 90 España se convierte en sociedad receptora, pero al examinar los cuadros, vemos como los últimos años de los 60 y principios de los 70, se contabilizan flujos inmigratorios, aunque insignificantes estadísticamente, esta contingente se ve frenado con la crisis del petróleo de 1973. A partir de los últimos años de la década de los 80 se produce un incremento de inmigración. Ahora hay ánimo de permanencia, ya que las causas que motivaron la migración no desaparecen, por ello la sociedad debe ajustarse a la realidad.

En los años óptimos del desarrollismo español, en los años 60-70, hubo algunas entradas de población extranjera, pero sin relevancia estadística, se produce un freno con la crisis de los 70, será a partir de finales de la década de los 80 cuando los flujos al exterior se corten y se comience a recibir población. Para estudiar esta etapa contamos con los datos censales de estadística, los datos del Ministerio del Interior (a estos datos se les escapa la inmigración ilegal).

La Ley de Extranjería de 1985 trataba de regular la situación de la población extranjera en España por primera vez, a partir de esta se han hecho 4 regulaciones más, fue importante el proceso de regularización de familias de 1991, Tb. destaca la regularización de 1993, pero aun así es difícil cuantificar la población extranjera.

También habría que hablar de la figura del “asilo”, son una puerta de entrada a una situación legal en un país, al no tener la residencia, se pide la tramitación del asilo y refugio para poder tener acogida en el país. En España se empezó a pedir la ampliación de la ley de asilo y refugio, que trata de regular la tramitación de los procesos, la ampliación se consigue en 1994, para agilizar los procesos y para eliminar las bolsas de inmigración ilegal.

“La inmigración inesperada” (1996, Antonio Izquierdo) nos habla de los datos de inmigración. Los ciudadanos polacos, cubanos, rumanos, guineanos y marroquíes se acogen a la figura del asilo (una forma de entrar en la legalidad en las zonas receptoras, existe un problema a la hora de calcular la población extranjera, aproximadamente son unos 400.000 extranjeros (legales).

Las nacionalizaciones, entre los nacionalizados de origen europeo destacan los portugueses, franceses e italianos. Lo más significativo son las personas nacionalizadas de

América del Sur, sobre todo argentinos, chilenos y cubanos. De los países africanos destacan los nacionalizados de Marruecos. Se observa un número creciente de personas nacionalizadas procedentes de Filipinas, Siria y la India.

Las características de la población extranjera son:

- Distribución por sexos de la población extranjera: es una distribución paritaria, hay un 49% de varones y un 51% de mujeres sobre el volumen total de la población extranjera. La población procedente de Asia representa una proporción casi igual (50%), pero la población procedente de África representa un porcentaje mayor los varones sobre las mujeres, en la emigración procedente de América y Europa aparecen más mujeres que hombres, sobre todo procedentes de la Rep. Dominicana.
- Distribución por edades de la población extranjera: la mayoría de la población extranjera es de origen europea, hay que tener en cuenta el proceso de envejecimiento y por ello el promedio de edad está marcado por las características de la población europea envejecida, dando lugar a un promedio alto. Pero la población de origen no europeo tiene un promedio de edad muy bajo, por debajo de los 40 años de edad.
- Distribución por CC.AA de la población extranjera: por orden serían: Madrid, Cataluña, Andalucía, Valencia, Baleares y Canarias. Se asientan en zonas relacionadas con la costa y con actividades de ocio, turismo y servicios.
- Distribución por el sector de actividad laboral de la población extranjera: casi los 2/3 de la población se encuentran en el sector servicios, y en menor medida en la industria, fundamentalmente en la construcción, y finalmente en la agricultura. La población africana se encuentra más presente en el sector agrícola, mientras que la asiática en el sector servicios.

Los colectivos de inmigrantes en la periferia o en las zonas viejas, hacen que crezcan marcas étnicas, defensa de su propia etnia, redes de solidaridad étnica... la agrupación que se forma en los barrios es una forma de segregación con mecanismos de autoayuda, lo que se intenta es integrar a esa sociedad marginada en la sociedad.

Entre el 7 de febrero y el 7 de mayo de 2005, un total de 691.655 extranjeros solicitaron los papeles, acogiéndose al proceso de regularización extraordinaria previsto en el nuevo Reglamento de Extranjería que se aprobó el 30 de diciembre de 2004 (publicado en el BOE el 7 de enero de 2005). Madrid, Cataluña y Valencia son las comunidades que han

registrado mayor número de peticiones, con más del 60% del conjunto nacional. Ecuatorianos, marroquíes y rumanos concentran el 50% de los expedientes.

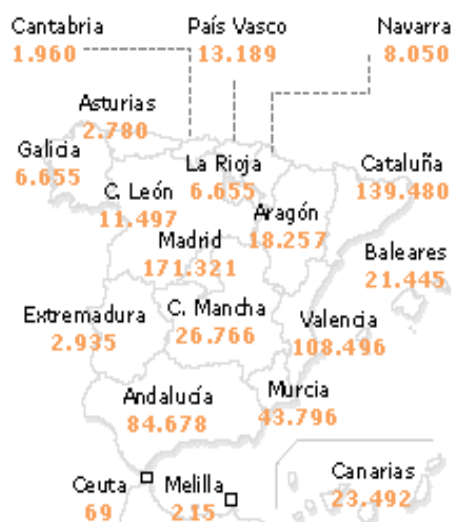
Además, y según las previsiones del Gobierno, otros 400.000 inmigrantes irregulares que tienen vínculos familiares con otros que en este proceso sí han sido normalizados (cónyuges que no trabajan e hijos que no se encuentran en edad de trabajar) podrán conseguir sus papeles en el futuro a través de las fórmulas de arraigo social o laboral previstas en la normativa.

Datos del proceso de regularización de inmigrantes

Actualizado a 23 de diciembre de 2005

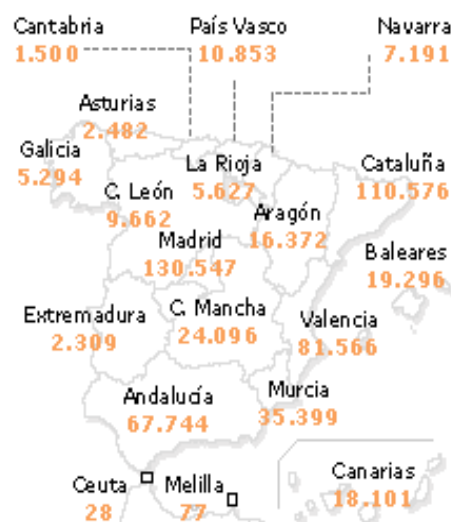
■ Tramitación de expedientes por CC.AA.

Total nº de solicitudes: **691.655**
 Total expedientes resueltos: **688.319**

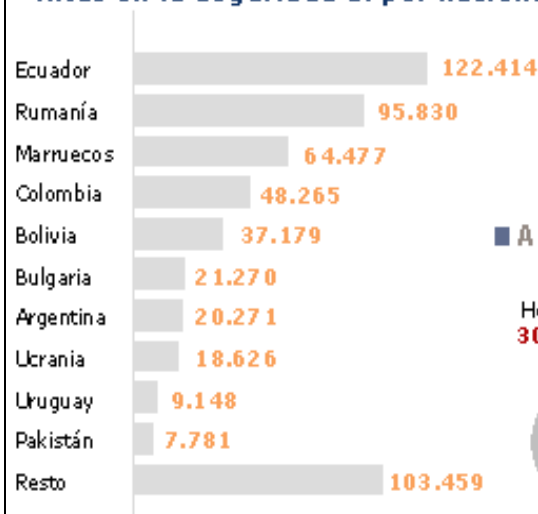


■ Altas en la Seguridad Social por CC.AA.

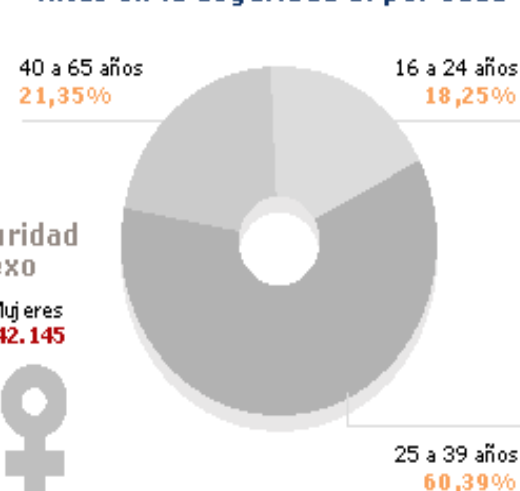
Total nº de altas: **548.720**



■ Altas en la Seguridad S. por nacionalidad



■ Altas en la Seguridad S. por edad



■ Altas en la Seguridad Social por sexo



Fuente: Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales

elmundo.es

Gráfico 16. Datos del proceso de regularización de inmigrantes

3.3. Análisis estilo de vida.

3.3.1. Análisis nivel educativo de la sociedad española.

Nivel educativo de la población. 1991-2002												
	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002
POBLACIÓN DE 16 Y MÁS AÑOS POR ESTUDIOS TERMINADOS												
Ambos sexos												
Total (miles)	30.689,7	30.989,7	31.272,2	31.556,4	31.847,3	32.169,0	32.422,4	32.676,4	32.958,4	33.324,2	33.688,6	33.964,9
Distribución porcentual												
Analfabetos	4,9	4,9	4,5	4,1	3,9	3,7	3,5	3,2	3,0	3,2	3,3	3,1
Sin estudios	15,4	14,9	14,4	14,0	13,7	13,2	12,8	12,3	13,1	13,2	12,2	11,3
Educación primaria	37,7	36,5	35,2	34,1	32,9	31,5	30,5	30,2	28,6	26,5	25,9	25,8
Educación secundaria ¹	33,9	32,5	34,1	35,1	36,0	37,1	38,0	38,3	38,4	38,2	40,1	40,6
Educación superior ¹	8,1	11,2	11,8	12,6	13,6	14,4	16,1	16,9	16,8	17,8	18,6	19,1

Fuente: Estudio estadístico INE. Elaboración propia

Nivel educativo de la población. 1991-2002 POR SEXO												
	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002
POBLACIÓN DE 16 Y MÁS AÑOS POR ESTUDIOS TERMINADOS												
Varones												
Total (miles)	14.876,9	15.026,8	15.167,2	15.306,6	15.447,6	15.608,5	15.732,3	15.855,6	15.993,0	16.178,7	16.362,8	16.495,5
Distribución porcentual												
Analfabetos	2,8	3,0	2,7	2,4	2,3	2,2	2,1	1,9	1,7	2,0	2,1	2,0
Sin estudios	14,0	13,4	13,0	12,4	12,2	11,5	11,1	10,6	11,3	11,5	10,6	9,7
Educación primaria	37,9	36,6	35,2	34,0	32,7	31,4	30,4	30,0	28,3	26,0	25,2	25,1
Educación secundaria ¹	36,7	34,5	36,2	37,3	38,2	39,2	40,2	40,5	40,7	41,7	42,7	43,4
Educación superior ¹	8,7	12,5	13,0	13,8	14,5	15,8	16,2	17,0	17,8	18,9	19,5	20,0
Mujeres												
Total (miles)	15.812,8	15.962,9	16.105,0	16.249,9	16.399,7	16.560,5	16.690,1	16.820,9	16.965,6	17.145,5	17.325,8	17.469,5
Distribución porcentual												
Analfabetas	6,9	6,7	6,2	5,7	5,5	5,1	4,9	4,5	4,1	4,4	4,4	4,2
Sin estudios	16,7	16,4	15,8	15,4	15,1	14,7	14,4	13,9	14,8	14,8	13,8	12,9
Educación primaria	37,5	36,3	35,2	34,2	33,0	31,6	30,6	30,4	28,9	26,9	26,6	26,4
Educación secundaria ¹	31,3	30,7	32,1	33,2	34,0	35,0	36,8	36,0	36,2	36,8	37,6	38,3
Educación superior ¹	7,6	9,9	10,7	11,6	12,3	13,8	14,3	15,1	15,8	17,0	17,6	18,4

Fuente: Estudio estadístico INE. Elaboración propia

Gráfico 17-18. Análisis del nivel educativo de la vida social.

Se ha puesto de relieve la importancia que para un país tiene el nivel educativo de su población activa, pero este se trata de un proceso de maduración muy largo y difícil de improvisar. El caso de España este tema se ve con perfecta claridad, en pocos años se ha pasado de una población con niveles de cualificación muy bajos a una con unos niveles más altos (aunque todavía sin llegar al nivel de los países más avanzados). Vemos como el porcentaje de personas con estudios universitarios se ha doblado en los últimos 10 años.

El cambio educacional ha tenido una repercusión directa sobre la población activa y la población ocupada, la población sin estudios o con sólo estudios primarios desciende de modo acusado, de casi un 53% desciende a un 37%, y de forma correlativa el ascenso espectacular de la proporción de los que poseen estudios de grado medio o superior.

Pero estos datos deben ser ubicados en su dimensión temporal y generacional, así veremos que este gran avance educativo se ha experimentado en las generaciones más jóvenes, hasta dar la vuelta a la situación educativa heredada, tanto para hombres como para mujeres.

En segundo lugar, habría que destacar el hecho de que por primera vez, las mujeres estén alcanzando niveles educativos similares a los de los hombres. En la actualidad los niveles educativos (sobre todo en las generaciones más jóvenes) según sexo son muy similares.

3.3.2. Análisis ocupacional de la sociedad española.

3.3.2.1. Las tendencias en la cualificación laboral.

Los cambios económicos y sociales han tenido una repercusión directa sobre la cualificación de la población activa y la estructura ocupacional (las características de los empleos que ha creado la actividad económica), así vemos que los puestos de trabajo surgidos en los últimos años han requerido niveles de cualificación muy especializados o han afectado a trabajadores que tienen una cualificación alta.

Los cambios de mayor relieve han sido:

- Pérdida de peso del mundo campesino.
- Desarrollo de una clase obrera industrial, con tendencia a su diversificación interna como consecuencia de diferentes niveles de cualificación.

- Aparición de la “nueva clase media” (personal administrativo, comercial y técnico), junto con la desaparición de la “vieja clase media”.

Los cambios en la cualificación de la población activa y ocupada revelan un cambio de una estructura ocupacional con una muy baja cualificación, a otra sensiblemente diferente, si bien todavía sin llegar al nivel de los países de la UE. Los grupos más progresivos han sido los profesionales y técnicos, directivos, administrativos, trabajadores de los servicios y comerciantes y vendedores, básicamente no manuales.

	71/75	75/80	80/85	85/91	71/91
Prof. técnicos	54´1	-14´7	10´9	68´5	145´4
Personal directivo	61´7	-5´8	-8´3	41´1	97´2
Administrativos	6´8	0´6	-3´5	44´6	50´0
Comerc./ Vendedores	-2´4	-1´3	9´8	36´0	18´1
Trabaj. servicios	6´6	5´3	3´3	18´7	37´7
Agricultores	-23´7	-20´0	-10´3	-28´3	-60´7
Trabaj. no agrarios	3´4	-9´4	-17´8	-28´0	-1´4
No clasificables	-96´8	-65´2	-62´5	-100´0	-100´0
FF.AA	-7´9	2´1	-11´8	-13´3	-28´1
TOTAL	-1´7	-8´6	-9´3	22´23	-0´4

Gráfico 19. Cambios en la cualificación de la población.

3.3.2.2 Tendencias históricas el paro en España.

El paro, en la sociedad española, es un fenómeno ligado a la modernización económica y al desarrollo de los mercados de trabajo industriales, en tanto estos no han aparecido con un cierto peso en nuestro país, no ha habido manifestaciones o desequilibrios de este tipo, no incide directamente hasta las décadas de los 70. La emigración laboral de ese período y la forma de contabilizar el paro en las estadísticas de la época contribuyeron a moderar las manifestaciones del problema, aunque en ningún caso fueron intensas debido al alto crecimiento económico de aquellos años.

La tendencia desde 1975 es inequívocamente creciente, la coincidencia de la transición política española, contribuye a hacer el período 1975-80 un período excepcional por el deterioro al que está sometida la economía, a finales de 1975 se superaban ya los 500.000 desempleados, aunque cuatro años más tarde la cifra se había convertido en más de 1'2 millones. De esta manera la década de los 80 comienza con un grave problema de paro que seguirá creciendo hasta 1985, a pesar de que este decenio se inicia con el aumento de la edad legal para trabajar de 14 a 16 y la edad de jubilación se establece oficialmente en 65 años.

No obstante la población activa experimenta un importante incremento se pasa de 13'2 millones de personas en 1980, hasta los 13'6 en 1984, llegando a los 15'1 millones en 1991 (aumenta en 7 años lo mismo que había aumentado entre 1950 1980). Este crecimiento deriva de dos hechos:

- Demográfico: llegada de cohortes más cuantiosas.
- Sociológico: incorporación en mayor medida de la mujer al mercado laboral, sobre todo las nuevas generaciones.

El resultado de estos dos cambios provocan unos fuertes vaivenes a los que ha estado sometido el empleo en esta época, esto provocará grandes desajustes en el mercado laboral, que se traducen en altos niveles de paro en ciertos sectores laborales, esta preocupante situación se agudiza en la década de los 80, en consonancia con los grandes cambios descritos.

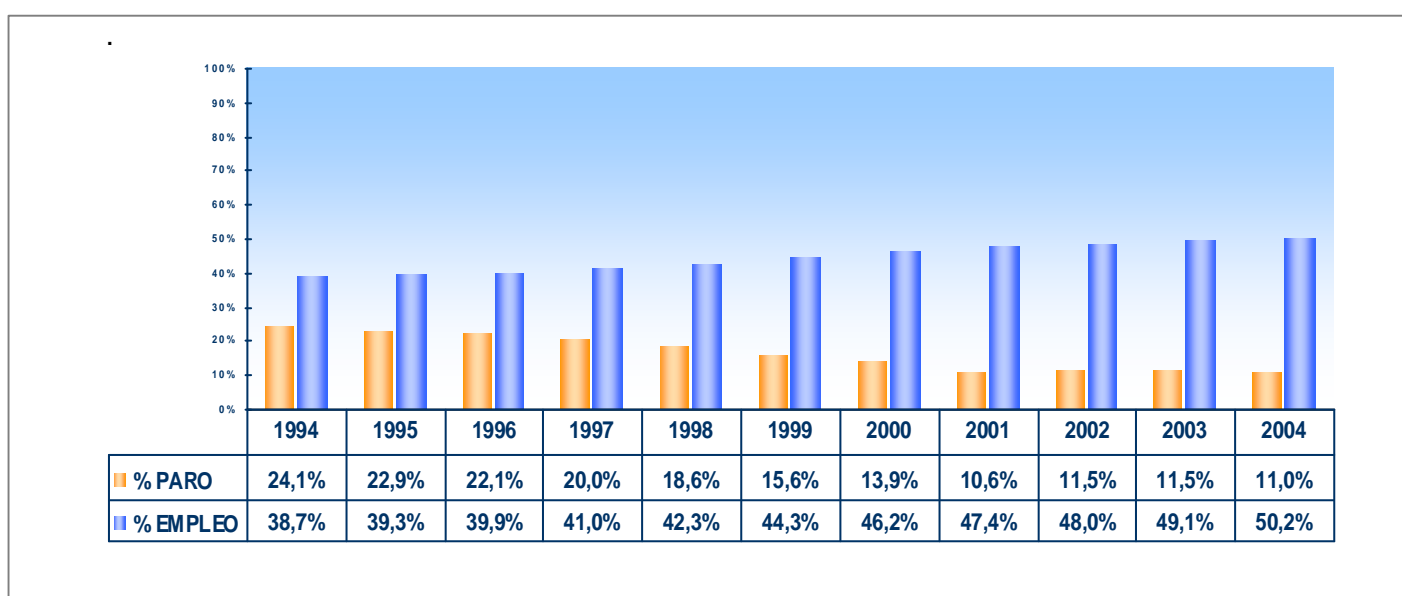
A partir de 1983 se acomete una amplia reconversión industrial que acentúa esa pérdida de empleo hasta 1985, el paro crece hasta finales de este año, llegando a afectar a más de

3 millones de trabajadores, para caer después hasta los 2´4 millones, este descenso se logra a merced del saneamiento de la economía emprendido en 1983, que contó con el apoyo de la buena situación económica internacional.

La recuperación del empleo es tal que se llega a compensar los puestos de trabajo destruidos desde 1976 en los seis años que siguen a 1991. Posteriormente la situación parece haberse deteriorado de nuevo, lo que habría llevado a un crecimiento del paro, en tan solo un año, de casi 300.000 desempleados, ante lo cual la economía española se muestra especialmente impotente para frenar la destrucción de empleo.

El paro ha sido una condición estructural de la economía de nuestro país últimamente. El censo de población de 1970 reflejaba que teníamos un paro inexistente, no es que no hubiera paro, sino que un volumen importante de la población estaba fuera (emigración). Con la crisis de los mercados internacionales estos se restringen y mucha gente vuelve a casa. Actualmente más del 50% de la población española esta trabajando, porcentaje que año a año se ha incrementado, ya que en el año 1994 solamente era un 38.7%.

El paro ha disminuido notablemente en esta década, hemos pasado de un 24.1% en el 1994 a un 11% en 2004. Una de las razones de este descenso ha sido la incorporación de la mujer al mundo laboral.



Fuente: Estudio estadístico INE. Elaboración propia

Gráfico 20. Tendencia paro España.

Otra tendencia es la que tendría que ver con la edad, y la especial incidencia que ha adquirido el paro juvenil, las únicas tasas por edad que superan la media son las de los grupos de 16 a 29 años, a partir de los 30 años todavía sigue existiendo el desempleo, pero su incidencia comienza a caer, hasta llegar a tasas por debajo del 10% a partir de los 40, así pues la combinación de estos dos factores crea tasas de paro espectaculares, superiores al 40% entre las mujeres de 16 a 19 años.

La incidencia generalizada del paro en estos grupos de edad está directamente relacionada con la búsqueda del primer empleo y por tanto con esa indefinición profesional que se arrastra en las estadísticas bajo la rúbrica de “no clasificables”. No obstante se debe hacer dos anotaciones a lo anterior:

- Se empieza a definir un modelo de inserción al mundo laboral caracterizado por entradas y salidas sucesivas del empleo, con itinerarios repetitivos entre la educación y el trabajo, o entre el empleo temporal y el paro.
- La búsqueda del primer empleo no se limita a la población joven, continúa (con tasas bajas) hasta la edad de la jubilación, estas personas son sobre todo mujeres que desean incorporarse al mercado laboral como alternativa a las tareas del hogar (fenómeno social novedoso propiciado por la mayor libertad de la mujer).

3.3.3. Consumo.

3.3.3.1. Análisis consumo sectores.

Vamos a realizar un análisis del consumo de la sociedad española en diferentes sectores entre los Años 1998-2003, que por ser destacables, nos ayudarán a observar cual el comportamiento de los individuos hacia ellos.

Estos sectores serían la alimentación, vivienda, salud, transportes, comunicaciones, ocio,

Enseñanza... observando que gasto se destina en España a cada uno, podemos deducir la importancia que se le da y las prioridades que establecen en el consumo.

Analizando las cifras totales que se dedican al consumo en España, podemos ver cómo ha habido años como 2000 y 2001 en que el incremento fue grande, un 13% y un 8% respectivamente, cayendo en el 2002 para volver a recuperarse en el año 2003 y sucesivos.

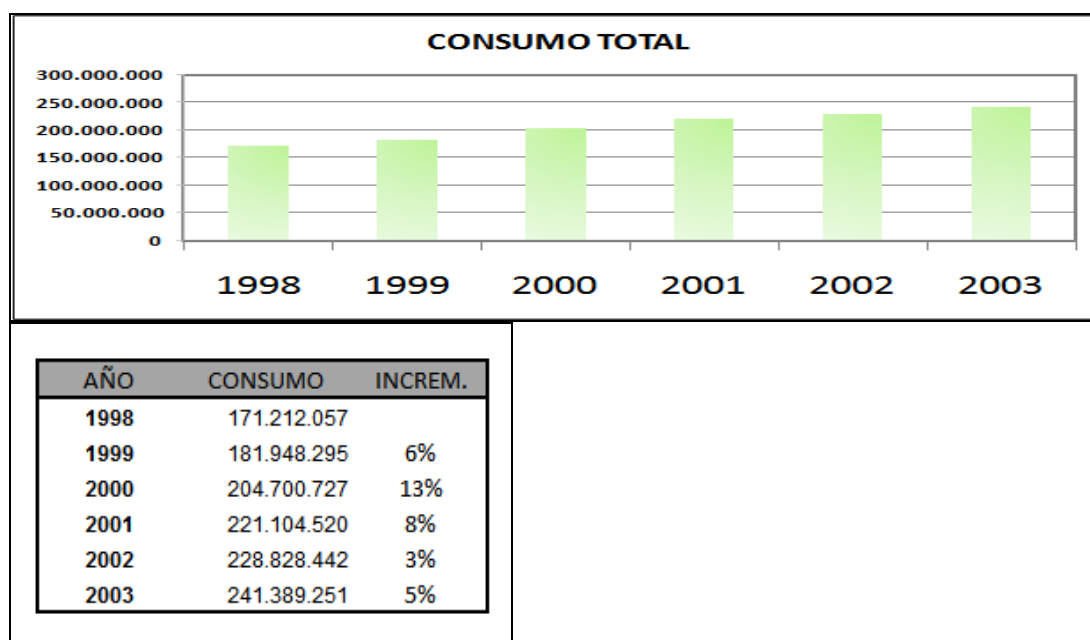


Gráfico 21. Consumo

Si observamos el porcentaje de presupuesto que los españoles dedican a estos sectores en los años estudiados, podemos establecer el siguiente ranking:

- Alimentación. 22%
- Transportes. 15% - 13%
- Vivienda. 25%
- Hoteles. 11%
- Artículos de vestir, calzado. 9%
- Ocio. 7%
- Mobiliario, equipamiento del hogar. 6%
- Bebidas alcohólicas. 3%
- Salud. 3%-2,5%
- Comunicaciones. 3% - 2,5%
- Enseñanza. 1,7% - 1,5%

No destacamos grandes variaciones en el análisis de los diferentes años, en los porcentajes de presupuesto que se destinan a los diferentes sectores, por lo que llegamos a la conclusión que el consumo en España es bastante estable, y que los cambios en porcentaje del mismo no son representativos.

El consumo de bienes y servicios pone en evidencia aspectos de la vida de las personas tan esenciales como el modo en que se alimentan, se equipan, se visten, se alojan, cuidan su salud, se educan, cultivan su espíritu y se divierten y, por ello, puede considerarse que dicho consumo proporciona una buena aproximación al concepto de condiciones de vida.

Ingresos anuales de los hogares. 1993-2002										
	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002
INGRESO MEDIO										
POR PERSONA										
(euros)	4.303,08	4.455,66	4.668,30	4.859,54	5.169,55	5.643,60	5.928,73	6.689,91	7.925,02	8.304,09

Fuente: Estudio estadístico INE.

En esta tabla podemos observar como el ingreso medía por persona desde el año 1993 se ha incrementado casi un 100%, lo que está estrechamente unido a las condiciones de vida y a los nuevos hábitos de consumo de la sociedad española.

Gasto anual de los hogares en bienes y servicios. 1991-2003													
	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
GASTO MEDIO													
POR HOGAR (euros)	14.470,28	15.572,74	16.006,24	16.556,75	17.150,58	17.417,61	-	17.730,92	18.330,34	19.862,65	20.878,92	21.320,28	22.071,57

Fuente: Estudio estadístico INE.

Gráfico 22-23 Ingresos y gastos hogares.

El gasto medio de los hogares españoles de ha incrementado un 53% desde el año 1991.

Precios. 1993-2003											
	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
IPC POR GRUPOS											
COICOP											
(variación en un año)											
Total	4,6	4,7	4,7	3,6	2,0	1,8	2,3	3,4	3,6	3,5	3,0
Alimentos y bebidas											
no alcohólicas	..	5,4	4,9	3,4	-0,7	1,1	1,3	2,1	5,9	4,7	4,1
Bebidas alcohólicas											
y tabaco	..	8,4	9,5	6,8	10,7	5,8	5,1	3,1	3,3	5,7	3,4
Vestido y calzado	..	2,5	2,8	2,7	2,0	2,1	2,3	2,1	2,7	5,1	3,8
Vivienda	..	4,8	5,7	3,8	3,4	1,4	2,1	4,4	3,4	2,3	2,9
Menaje	..	2,3	3,2	4,4	1,8	1,8	2,2	2,5	3,0	2,0	2,0
Medicina	..	3,7	3,7	3,1	2,5	2,8	2,6	2,4	2,1	2,6	2,1
Transporte	..	5,9	4,8	4,1	2,4	-0,2	2,3	6,9	1,0	2,0	2,1
Comunicaciones	..	7,3	8,9	-0,1	-0,1	2,6	2,0	-5,4	-0,9	-2,9	-2,6
Ocio y cultura	..	3,8	3,3	3,0	2,5	2,9	1,3	3,0	3,7	2,5	0,6
Enseñanza	..	9,8	6,9	6,4	5,2	4,4	4,0	4,7	4,8	3,8	4,9
Hoteles, cafés y											
restaurantes	..	4,3	4,9	3,6	3,1	3,1	3,7	4,3	5,0	5,6	4,3
Otros	..	4,3	4,6	2,7	2,4	3,0	3,6	4,1	3,9	4,1	3,3

Fuentes: INE, Índice de Precios de Consumo. Base 1992 (1993 a 2001)

INE, Índice de Precios de Consumo. Base 2001 (2002 y 2003)

Si se compara la estructura del consumo que proporcionó la Encuesta Básica de Presupuestos Familiares (EPF) de 1974, dado que en el propio año constitucional de 1978 no se realizó dicha investigación, con la última de que se dispone de datos, realizada en 2001, se aprecia que, en términos constantes, el consumo medio por persona ha aumentado un 22,1%, cifra importante por cuanto expresa la variación real de dicho consumo; esto es, eliminando el efecto de los aumentos de precios.

Además de ese aumento del consumo por persona en términos reales, las propias estructuras del consumo, muestran en sí mismas la variación positiva que se ha producido en el nivel de vida de la población. En efecto, es sabido que, a medida que aumenta la renta, disminuye el peso relativo de los bienes de primera necesidad, como alimentos y bebidas y aumenta el de otro tipo de bienes, como los gastos en transportes, comunicaciones o esparcimiento y ello se puede apreciar en la estructura del gasto del 2001, donde, por ejemplo, la alimentación ha bajado al 22,4% cuando en 1975 suponía el 30,9% del total del gasto de dicho año, mientras que los gastos en comunicaciones, hostelería y turismo o esparcimiento, ocio y cultura han visto aumentar su participación relativa en el total del gasto, aumentando en términos reales en mucha mayor medida que el gasto medio total.

Gráfico 24. Precios

Tabla 8.1. Evolución del consumo medio por persona a precios de 2001 (euros)

	1974	%	2001	%	Variación 2001/1974
Gasto total	4.425,9	100,0	5.406,0	100,0	22,1
Alimentación y bebidas no alcohólicas	1.366,8	30,9	1.212,8	22,4	-11,3
Bebidas alcohólicas dentro del hogar	114,8	2,6	47,8	0,9	-56,4
Tabacos	82,7	1,9	113,7	2,1	37,5
Vestido y calzado	394,5	8,9	508,9	9,4	29,0
Alquileres y gastos de vivienda	410,7	9,3	614,7	11,4	49,7
Muebles, electrodomésticos y otros gastos	363,1	8,2	331,8	6,1	-8,6
Salud	128,3	2,9	146,3	2,7	15,8
Transporte	448,8	10,1	785,0	14,5	74,9
Comunicaciones	23,7	0,5	144,9	2,7	510,5
Esparcimiento, ocio y cultura	205,1	4,6	411,5	7,6	100,7
Enseñanza	124,2	2,8	79,0	1,5	-36,4
Hostelería, bares y restaurantes	490,8	11,1	603,5	11,2	22,9
Otros	274,4	6,2	406,0	7,5	47,9

Fuente: Elaboración propia sobre datos de las Encuestas de Presupuestos Familiares. INE.

Fuente: Estudio estadístico INE.

Gráfico 25. Evolución consumo.

3.3.3.2. Vivienda.

Los gastos en alquileres, agua, electricidad y otros combustibles, según se observa en la tabla 8.1, han aumentado un 49,7%. Cabe señalar, no obstante, que en este epígrafe no están incluidos los alquileres imputados de las viviendas en propiedad, que han aumentado de un modo notorio en el periodo que se está considerando.

Dada la gran influencia de la vivienda en lo que son las condiciones de vida de las personas, conviene comentar, aunque sea brevemente, este fenómeno que se ha operado en España durante los últimos años. La vivienda como factor esencial del nivel de vida.

En 1975, un 63,8% de las familias españolas eran propietarias de sus viviendas principales o estaban accediendo a la propiedad de las mismas. En la actualidad, son el 84,6% de las familias las que tienen sus viviendas principales en este régimen de propiedad o acceso a la misma. Resulta muy destacable el porcentaje tan elevado de familias que están accediendo a la propiedad de sus viviendas, principalmente a través de préstamos hipotecarios.

En efecto, un 18,6% del total de hogares españoles se encuentran en esta situación, frente al porcentaje mucho más bajo de 1975, cuando eran sólo el 8,1% de los hogares los que accedían a la propiedad de sus viviendas principales.

Por el contrario, las viviendas en alquiler, régimen en el que se encontraban el 28,8% de las familias españolas, han perdido su importancia relativa hasta el punto de dividirse casi por 3 el porcentaje de familias que viven alquiladas, que son actualmente el 9,5%.

Otra característica del fenómeno de la vivienda en España es el auge que han tomado las viviendas secundarias, de las que dispone en la actualidad el 17,5% de los hogares españoles, cuando en 1975 sólo tenían este tipo de viviendas de temporada el 7,4% de los hogares.

No todo es positivo en esta evolución tan espectacular registrada en los regímenes de tenencia de las viviendas y la carencia de viviendas en alquiler, sobre todo las de tipo social, y el desorbitado precio que están alcanzando las viviendas, genera un notable endeudamiento de las generaciones en edades de emancipación y múltiples problemas.

Un aspecto también íntimamente ligado a las condiciones en que los ciudadanos desenvuelven sus vidas es el de las características de las viviendas que ocupan, donde se percibe un avance digno de ser resaltado entre los años 1975 y 2001.

En el año 2001, la práctica totalidad de los hogares disponen en sus viviendas principales de agua corriente, de agua caliente, de retrete inodoro y de instalación fija de baño o ducha. De estos servicios, tan esenciales para la higiene de las personas, carecían buen número de hogares en 1975, de manera que un 13,2% ni siquiera tenía agua corriente, un 17,6% carecía de cualquier servicio de aseo, incluido el retrete inodoro, un 10,5% de hogares sólo tenía retrete y un 14,7% disponía únicamente de retrete y lavabo, por lo que sólo en el 57,2% de las viviendas principales había instalación de baño o ducha.

También se observa una importante mejora en las superficies de las viviendas, dado que el porcentaje de las que tienen más de 110 m², un 21,2%, casi duplica el que había en 1975 e incluso también aumenta, en términos relativos, el número de las viviendas principales que tienen entre 65 y 110 m². Este aumento del tamaño de las viviendas, unido al fenómeno que se ha destacado en el capítulo correspondiente a Población sobre la disminución del tamaño de los hogares, lleva a que el otro indicador sobre número de personas por habitación también exprese una evolución favorable puesto que, por ejemplo, en la actualidad, en el 84,1% de las viviendas españolas hay menos de una persona por habitación, cuando en 1975 esta circunstancia se daba en el 62,5% de las viviendas principales.

Los gastos en mobiliario y equipamiento del hogar han disminuido un 8,6%, siempre en euros constantes, desde 1974 hasta 2001. A pesar de esta disminución, resulta interesante apreciar, por ejemplo, el modo en que ha mejorado el equipamiento de todo tipo de bienes.

3.3.3.3. Ocio sociedad española.

Cabe comentar, por último, los gastos en bienes y servicios de esparcimiento, ocio y cultura, que han aumentado nada menos que un 100,7% en términos reales y los gastos en hoteles, cafés y restaurantes, que han mantenido su peso relativo en torno al 11% del total del gasto, con un discreto aumento en términos reales del 22,9%. Este repaso de los distintos tipos de gasto de las familias que residen en España se ha ceñido a la clasificación de lo que se denominan gastos según su naturaleza, de modo que, como se ha visto al tratar de la motocicleta, ha sido preciso recurrir a informaciones complementarias sobre el uso de las mismas. Este inconveniente de apreciar exclusivamente la naturaleza del gasto se siente en algunos otros bienes y servicios, como es el caso de transportes, comunicaciones, hoteles, etcétera, en los que el motivo por el que se han efectuado los correspondientes pagos puede ser muy diverso, variando desde el motivo laboral hasta el del más puro divertimento.

En este sentido, una importante característica que se escapa del análisis del nivel de vida alcanzado por la sociedad española es el relativo al disfrute de vacaciones, dado que los distintos pagos por este concepto aparecen diluidos entre diferentes bienes y servicios (transporte, hoteles, restaurantes, etcétera) de los que no pueden ser desglosados según el motivo del gasto. Sin embargo, recurriendo nuevamente a informaciones complementarias, puede apreciarse la variación experimentada durante los últimos 25 años en lo relativo a las vacaciones de la población.

En la Encuesta de Equipamiento de 1975 a la que se viene haciendo referencia se apreció que, en dicho año, un 62,9% de los cabezas de familia no había tenido vacaciones anuales y que, entre quienes sí las habían tenido, sólo habían salido de vacaciones un 57,9%, por lo que se deriva que sólo disfrutaron de vacaciones un 21,5% de los cabezas de familia y, previsiblemente, sus familiares que debieron acompañarles en sus salidas de vacaciones. En estos viajes no se incluyeron las salidas de fines de semana. Este concepto de salidas por vacaciones coincide con lo que la Encuesta de Movimientos Turísticos de los Españoles (Familitur) define como viajes turísticos y, según este estudio que realiza el Instituto de Estudios Turísticos, durante el año 2002 efectuaron este tipo de viajes turísticos el 48,1% de la población total, mucho más del doble que en 1975, con una media de 2,3 viajes al año por persona viajera.

Esto supuso que se efectuaran 44,5 millones de viajes por vacaciones, de los cuales casi 4 millones correspondieron a viajes al extranjero, situación impensable al inicio del

periodo democrático cuando España, como país turístico receptor, se limitaba a ver llegar millones de extranjeros durante los periodos de vacaciones, siendo infrecuentes las salidas al exterior de los ciudadanos españoles.

Dentro de los viajes que se recogen en Familitur se diferencian los de larga duración, que como ya se ha señalado El disfrute de vacaciones viajes de corta duración a segundas residencias, que efectuaron el 18% de las personas durante el año pasado con una frecuencia de 11,1 viajes al año. Estos últimos viajes, que cada vez adquieren más relevancia, vienen propiciados por el gran volumen de viviendas secundarias de que disponen los españoles.

3.3.3.4. Turismo - viajes.

Este informe analiza los hábitos turísticos y el comportamiento viajero de los residentes en España a partir de la información proporcionada por la encuesta de captación de un nuevo panel de hogares para la estadística Movimientos Turísticos de los Españoles (Familitur). Dicha encuesta de captación se realizó en 2004.

Este análisis ha sido posible gracias a una encuesta especial que el Instituto de Estudios Turísticos utilizó para realizar la captación de 12.400 hogares que integraron el panel en 2004. El objetivo de ese cuestionario fue el de proporcionar un dato que fuera más allá del periodo cuatrimestral, para ofrecer una visión global de las costumbres turísticas de la sociedad española en los últimos tres o cuatro años.

En 2006 se publicó un primer informe con los datos de este cuestionario de captación de 2004 y ahora se publica una versión ampliada con más información de las distintas comunidades autónomas.

Experiencia Viajera.

Prácticamente la totalidad de los individuos residentes en España **ha viajado alguna vez fuera** de su Comunidad Autónoma de residencia y la mitad ha viajado alguna vez al extranjero es del 77,6% del 63% respectivamente.

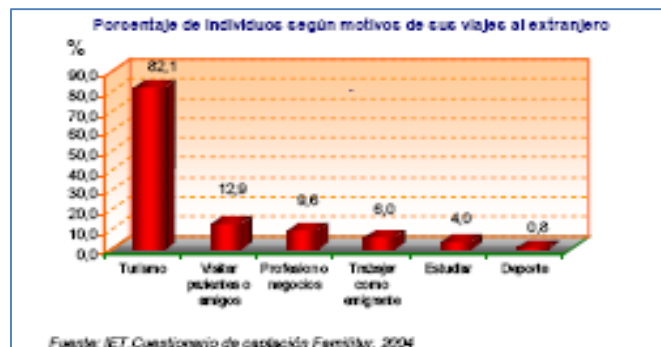
La mayor parte de los individuos residentes en España ha viajado alguna vez fuera de su entorno habitual pasando la noche fuera.

Fuente: IET.Cuestionario de captación Familiar, 2004

El 98,4% de los individuos residentes en España ha viajado alguna vez fuera de su municipio de residencia, el 95,1% fuera de su provincia, el 89,2% fuera de su Comunidad Autónoma y el 49,8% de los individuos ha viajado alguna vez fuera de España.

Los miembros del hogar tienden más a viajar por separado cuanto mayor es la distancia al destino se sus viajes.

Cuando las distancias al destino del viaje son más cortas, los miembros del hogar suelen viajar juntos. A medida que la distancia al destino aumenta, sólo viajan juntos algunos miembros del hogar. Cataluña y el País Vasco son las comunidades autónomas donde mayor porcentaje de población ha viajado fuera de España.



En cuanto a la experiencia viajera en el extranjero, entre los individuos que viajan alguna vez fuera de España, la mayoría (82,1%) lo hace por turismo, el 12,9% para visitar parientes o amigos, el 9,6% por profesión o negocios, el 6,0% para trabajar como emigrante, el 4,0% para estudiar y el 0,8% por motivos profesionales.

Gráfico 26. Porcentaje individuos viajes.

La experiencia viajera al extranjero es mayor en los individuos que tienen conocimiento de algún idioma extranjero.

Igualmente cabe destacar que el mayor porcentaje de individuos que han viajado alguna vez al extranjero se da entre los que forman parte de hogares unipersonales (56,4% ha viajado alguna vez al extranjero) y hogares formados por pareja (58,3%).

Los hogares unipersonales son los que en mayor proporción han realizado viajes al extranjero.

La estructura del hogar es otro factor determinante de la experiencia viajera al extranjero. Así, los individuos que pertenecen a hogares sin hijos ni mayores dependientes (pareja 58%, unipersonal 56%), son los residentes más viajeros. La comunidad autónoma con mayor proporción de viajes de hogares unipersonales es Baleares, mientras que los hogares viajeros formados por una pareja son mayoritarios en el País Vasco.

Los individuos que realizan más viajes son aquellos que se encuentran entre los 25 y los 29 años de edad, poseen estudios universitarios, viven en pareja con hijos dependientes y residen en un entorno turístico. A nivel de comunidades autónomas el perfil del individuo viajero es similar en términos generales al total nacional.

3.3.3.5. Medios de transporte.

El automóvil, por ejemplo, del que disponían el 33,5 de los hogares en 1975, lo tienen en la actualidad casi el 80%, lo que supone un cambio de gran trascendencia con implicaciones en las infraestructuras viales, en materia de aparcamientos, sobre todo en grandes núcleos urbanos, y en su impacto medioambiental.

La motocicleta, poseída por un 12,2% de los hogares en 1975 lo es ahora por el 11,5%. Este es uno de los bienes que, como se decía al inicio del capítulo, han variado su significación a lo largo del tiempo, puesto que en 1975 muchos hogares tenían motocicleta como vehículo de transporte personal para sus actividades cotidianas, mientras que en la actualidad gran parte del parque se destina a usos de ocio y deportivos.

3.3.3.6. Sector “Bienestar”.

Salud, belleza y bienestar son conceptos que constituyen piezas clave en el patrón de comportamiento de muchos europeos. Se han convertido en “ideales” perseguidos para contrarrestar la sobrecarga que nos produce nuestra estresante actividad diaria.

Dentro de esta categoría se encierran aspectos muy variados, pero a la vez similares en cuanto a lo que con ellos se persigue. Desde el consumo de bebidas y comidas bajas en calorías y saludables, hasta el uso de productos para el cuidado de la piel o el cabello, pasando por técnicas de terapias alternativas que proporcionan una vía de regeneración de nuestro organismo y de nuestro espíritu.

El culto a la imagen y al cuidado personal y corporal se ha convertido en un tema determinante en la sociedad, en el que se ven interrelacionados numerosos aspectos de diferente índole – desde antropológicos hasta económicos- bajo un mismo prisma y desde un punto de vista global. Así, no cabe duda que en el ámbito comercial y comunicacional la eterna juventud y la búsqueda de la ansiada belleza se hacen presentes en el mercado.

Si observamos las cifras de la industria de la cosmética en nuestro país, este fenómeno se constata: 7.111 millones de euros en el año 2005, con un incremento del 4'75% con respecto al año anterior y la quinta posición en el mercado europeo.

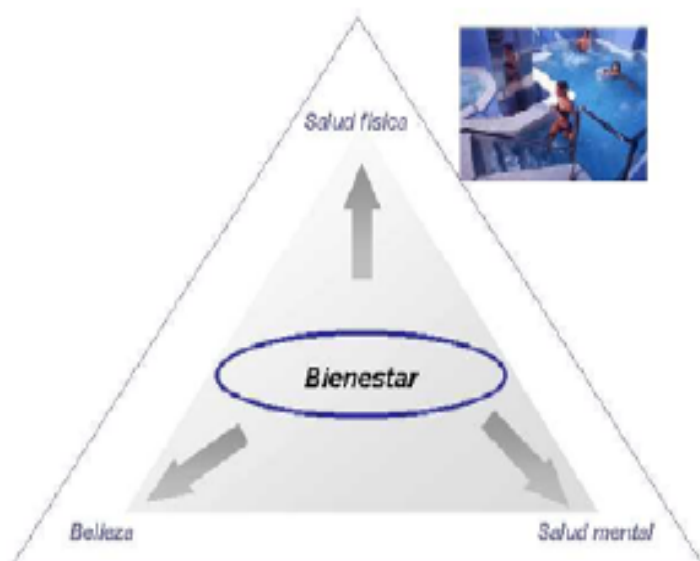
Los españoles cada vez cuidan más su imagen y desde una edad más temprana. Esta es la idea que se desprende de los datos del Barómetro Cosmobbelleza 2007, el informe que cada año evalúa los hábitos y las tendencias de los españoles ante la estética y la belleza. Por séptimo año consecutivo, los organizadores del Salón Cosmobbelleza & Wellness han presentado este estudio que elaboran junto a la Consultora de investigación Ipsos Eco Consulting.

El estudio revela que, en relación al sector del wellness, los balnearios son un sector en auge. Así lo demuestra el 19% de la población que acudió a algún balneario, spa o centro termal en 2006. El estudio revela que el gasto promedio realizado ha sido de 134 €, valor prácticamente idéntico al del año anterior. Sin embargo, el gasto ha sido superior entre quienes pernoctaron durante su visita al balneario (42% de los casos; 261 € de gasto cada vez), que entre los que realizaron visita de un día (58% de los casos: 53€ de promedio). El 19% de quienes utilizaron los servicios de este tipo de centros consideran que en 2007 gastarán más dinero.

En cuanto a los tratamientos de belleza, un 32% de los españoles ha acudido a un centro de estética con un el gasto medio por visita de 37,3 €, lo cual supone un incremento del 3,3% con respecto a 2006. Teniendo en cuenta la frecuencia y dicho gasto promedio, el gasto anual ha sido de 448 €. El tratamiento más demandado en los centros de estética sigue siendo la depilación con un 75% y en constante crecimiento. Seguidamente, figuran los tratamientos faciales, con un 51%, y, por último, la manicura-pedicura, con un 29%. Otros tratamientos demandados son los de rayos UVA (17%) y los masajes (12%). Los productos más vendidos en los centros de estética y belleza siguen siendo los champús, las mascarillas y las cremas, si bien los que han experimentado un incremento más notable respecto al 2006 son gomina-espuma-laca, los tratamientos para el cabello y el acondicionador-suavizante.

Por otro lado, los servicios de peluquería profesional han sido requeridos por prácticamente la totalidad de la población (99%) durante 2006. El gasto medio en cada servicio se estabiliza entorno a los 28 €, siendo mucho más elevado en mujeres (36 €) que en hombres (12 €). Anualmente, los españoles gastan unos 336 €, lo cual supone un descenso del 3% respecto al año precedente. En cuanto a la frecuencia de asistencia, el 41% de los usuarios de servicios profesionales de peluquería acude al menos una vez al mes.

Fuente: Barómetro Cosmobbelleza 2007 - Ipsos Eco Consulting.



¿Qué ha provocado ese interés por el cuidado personal? Este interés por el cuidado personal se puede explicar por los cambios sociales que se han venido produciendo a lo largo de los años, hasta constituir nuestra vida actual.

Vamos a considerar tres aspectos básicos que constituyen el Bienestar, y todos ellos motivados o influenciados por el ajetreo de la actividad diaria:

- **Salud mental:** combatir el stress. Sus efectos tienen repercusión en los otros dos puntos, ya que este estado de excitación es generador de unas pautas de comportamiento muy características que detallaremos.

- **Belleza:** cuidados del cuerpo. Son tratamientos dirigidos a “dedicar tiempo a ti mismo”, olvidarse del stress, e invertir tiempo en cuidar aquellos aspectos que más nos preocupan, bien por estética, bien por la necesidad de atajar ciertos deterioros causados por factores externos.

- **Ejercicio:** mantenimiento físico. Se trata de estar en forma, combatir los efectos que nuestra dieta diaria, comúnmente comida rápida, produce en nuestro cuerpo. Pero a veces se convierte igualmente en una auténtica necesidad, debido a que el sobrepeso y la obesidad están adquiriendo mayor protagonismo

En nuestro país, la dedicación al cuidado personal y a la búsqueda de la relajación también está ocupando un hueco importante. Además se prevé que así continuará, acercándose a la tendencia europea.

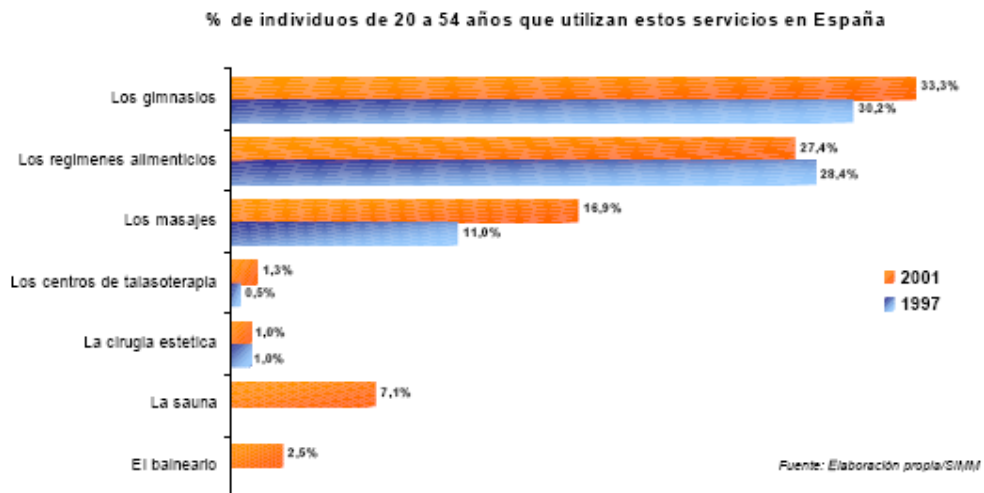


Gráfico 27. Cuidado personal.

3.4. Situación social en la actualidad.

3.4.1. Cambio sociodemográfico y desarrollo social.

La situación social, en términos de bienestar y calidad de vida, mantiene una estrecha conexión con las variables económicas y de mercado de trabajo

Los cambios sociodemográficos experimentados por España en los últimos años coinciden, con las tendencias imperantes en su entorno europeo. El envejecimiento de la población es una tendencia difícilmente reversible, destacando España por el todavía considerable tamaño de las generaciones del *baby-boom* que en la actualidad se encuentran en las edades centrales, lo que, combinado con una esperanza de vida también más elevada que el promedio augura en un futuro no muy lejano una situación de envejecimiento de la población más aguda que en el resto de los países de la Unión Europea.

El aumento de la esperanza de vida y el envejecimiento de la población, son fenómenos que deben incluirse dentro de los grandes logros de nuestras sociedades y que generan, al mismo tiempo, un conjunto de retos sociales, económicos, políticos y culturales que requieren cambios en muchas dimensiones de las políticas públicas, especialmente en el ámbito de la protección social, como los que se están abordando en los últimos años.

Unido a lo anterior, tras más de una década en la que la caída de la natalidad parecía haberse convertido en un elemento estructural que apuntaba peligrosamente al declive del crecimiento vegetativo de la población en España, desde 1999 se está viviendo un ligero repunte de los nacimientos. Sin que, de ninguna manera, ello implique una reversión significativa de las tendencias imperantes, ni una compensación de la tendencia al envejecimiento, la concentración de los nacimientos en algunos territorios y el consiguiente e inesperado incremento de la población infantil es un aspecto que requiere ser considerado en la planificación, previsión y dotación de servicios públicos.

Por otro lado, el imprevisible, rápido e intenso crecimiento de la población experimentado en los últimos años por efecto de la inmigración ha cambiado extraordinariamente la composición de la sociedad española, que ya cuenta entre sus efectivos con un 10 por 100 de extranjeros. Ello no deja de ser un indicador de bienestar y desarrollo social, pues todas las sociedades de la antigua UE-15 han ido convirtiéndose en receptoras de inmigración a medida que progresaban económicamente. Lo que diferencia a

España en este contexto es, fundamentalmente, la intensidad del ritmo de crecimiento de la inmigración, el hecho de haber alcanzado en quince años un nivel similar en porcentaje de población extranjera al que registran países como Francia o Alemania, que llevan prácticamente medio siglo recibiendo inmigrantes y cuyas políticas migratorias han ido pasando por muy diferentes etapas.

España se encuentra en pleno proceso intensivo de asimilación del fenómeno migratorio y eso se refleja cada vez más, no sólo en el mercado laboral, el consumo y la economía en general que se han abordado en capítulos precedentes de esta Memoria, sino en todas las esferas de la vida pública y las políticas sociales.

Junto a la inmigración, otro gran vector del cambio sociodemográfico de obligada consideración es la transformación del papel de las **mujeres** en la sociedad, en paralelo al espectacular incremento de su participación en el mercado laboral que se ha tratado en el capítulo anterior. Hay que tener en cuenta que más del 57 por 100 de los nacimientos se produce ya entre mujeres activas. Tener trabajo y formar una familia, simultáneamente, son aspiraciones compartidas por hombres y mujeres hoy en día, aunque las dificultades culturales y laborales parecen seguir siendo mayores para estas últimas. Ello ha llevado a que la conciliación de la vida laboral y familiar de las personas trabajadoras se haya situado, con mayores o menores resultados, en un lugar central entre las preocupaciones sociales y en la agenda de los poderes públicos, siendo un componente clave para lograr la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres.

Fuente: CES Consejo Económico y Social. Memoria sobre la situación socioeconómica y laboral de España 2007

3.4.2. Nivel formación.

Mejorar la situación de la educación en España es una de las claves para propiciar el avance del conocimiento, el desarrollo económico y la cohesión social, constituyendo una de las principales preocupaciones de la sociedad española y, al mismo tiempo, una de las áreas que mayores esfuerzos requiere en torno a la consecución de un consenso social sobre la misma.

España es uno de los países europeos que más esfuerzos debe realizar para alcanzar los objetivos de Lisboa en materia de educación y formación, pues registra una alta proporción de escolares españoles que tienen unos rendimientos mínimos en las dos áreas instrumentales básicas y especialmente en lectura, una de las más elevadas tasas de abandono escolar temprano y uno de los más bajos niveles de población joven que completa estudios post-obligatorios.

En sus niveles no obligatorios, el sistema educativo adolece de una baja participación de los jóvenes españoles en la formación profesional inicial en comparación con la UE-27. También se ha reducido el alumnado en las carreras de ciencias experimentales y las técnicas, en un contexto en el que este tipo de conocimiento es el que más contribuye al crecimiento de las economías más avanzadas.

ALUMNADO MATRICULADO POR NIVELES DE ENSEÑANZA*, 2000-2007
(Cifras absolutas y proporción de alumnado en centros públicos)

Nivel de enseñanza	2000-01		2001-02		2002-2003		2003-2004		2004-2005		2005-2006 (1)		2006-2007 (2)	
	Cifras Abs.	%	Cifras Abs.	%	Cifras Abs.	%	Cifras Abs.	%	Cifras Abs.	%	Cifras Abs.	%	Cifras Abs.	%
Preescolar/infantil	1.165.736	66,2	1.221.108	65,5	1.279.404	65,2	1.353.460	64,9	1.427.519	64,8	1.487.548	64,5	1.552.628	64
EGB/primaria	2.491.648	66,6	2.474.261	66,5	2.474.287	66,7	2.479.631	66,7	2.467.636	66,7	2.483.364	66,8	2.535.656	67
EE.MM./educación secundaria (general)	2.679.856	68,5	2.587.161	68	2.532.830	68,1	2.498.356	68,1	2.468.601	68,3	2.449.759	68,2	2.430.110	68
BUP y COU	137.078	64,2	13.142	92,2	0	—	—	—	—	—	—	—	—	—
Educación secundaria obligatoria	1.941.449	65,8	1.897.912	65,5	1.878.175	65,8	1.871.430	66	1.855.020	66,3	1.844.953	66,4	1.833.735	66
Bachillerato LOGSE	601.329	78,2	676.107	74,6	654.655	74,6	626.926	74,3	613.581	74,2	604.806	73,8	596.375	73
EE.MM./Educación secundaria (profesional)	447.526	73,3	448.981	73,4	455.100	73,9	463.466	74,7	457.281	75,1	447.429	75,6	445.126	75
FPI	0	—	0	—	0	—	0	—	—	—	—	—	—	—
FP II	71.019	72,5	29.296	70,8	859	78,1	0	—	—	—	—	—	—	—
Ciclos Formativos de Grado Medio	191.456	72,2	210.750	72,6	224.486	72,7	229.005	73,2	231.317	73,3	230.174	73,5	232.363	73
Ciclos Formativos de Grado Superior	185.051	74,5	208.935	74,6	229.755	75	234.461	76,2	225.964	76,9	217.255	77,7	212.763	77
Educación especial	27.334	49,1	27.090	48,8	27.057	49,8	27.799	51,6	28.145	51,9	28.665	53	28.573	53
Programas de Garantía Social	41.550	67,8	43.916	68,6	46.281	69,7	45.899	69,7	46.051	68,5	44.927	68,5	46.645	68
TOTAL	6.853.650	68,1	6.802.517	67,7	6.814.959	67,8	6.868.611	67,4	6.895.233	67,4	6.941.692	67,3	7.038.738	67

(1) Datos provisionales

(2) Datos avance

Fuente: CES Consejo Económico y Social. Memoria sobre la situación socioeconómica y laboral de España 2007

Gráfico 28. Nivel educativo.

3.4.3. Mercado de trabajo.

El ritmo de crecimiento económico de 2007 ha propiciado cierta estabilidad en los mercados laborales, con una apreciable creación de empleo y una buena reducción del paro en la Unión Europea.

No obstante, la incertidumbre sobre la evolución de la economía mundial, agudizada desde el verano de 2007 con la crisis del mercado del crédito hipotecario en los Estados Unidos y sus repercusiones en otros mercados, se ha plasmado en el inicio de una fase de desaceleración, con menores perspectivas de crecimiento para 2008 y 2009 y, consecuentemente, efectos negativos sobre la economía real y, en particular, el mercado de trabajo en la Unión Europea. Las Previsiones de Primavera apuntan una desaceleración en el ritmo de crecimiento del empleo en los dos próximos años a niveles por debajo del 1 por 100.

Aun cuando el menor ritmo de creación de empleo también alcanzó a las mujeres, prosiguió la tónica de un periodo ya largo en el cual el empleo femenino no sólo se ha comportado de manera más dinámica en épocas de expansión, sino que ha sostenido su ritmo de aumento en las de bajo crecimiento de la economía. Por otro lado, y sean cuales fueren los determinantes, es visible un desigual impacto en 2007 de la desaceleración entre españoles y extranjeros en el mercado de trabajo.

Se ha deteriorado más y más rápidamente el empleo y el paro de estos últimos, alcanzando a ambos sexos y a casi todas las edades. El paro registrado muestra también una evolución muy negativa en casi todo 2007 para los extranjeros, mientras que para los españoles la tendencia a empeorar se circunscribió a la segunda mitad del año y fue menos pronunciada.

En el panorama de 2007 se observa una desigual trayectoria del empleo por sectores económicos, con crecimientos medios en los servicios y en la construcción aún considerables, y con un ligero descenso en la industria no muy diferente del que se había venido observando en algunos años anteriores.

TASAS DE EMPLEO Y PARO POR SEXO, 1997-2007

(Porcentajes, promedios anuales)

AÑOS	Empleo			Paro		
	Total	Varones	Mujeres	Total	Varones	Mujeres
1997	41	54,8	27,9	18,4	14,2	25,1
1998	42,3	56,6	28,8	16,4	12,1	23,4
1999	44,3	58,5	30,8	13,6	9,6	19,9
2000	46,2	60,1	32,9	11,9	8,3	17,5
2001	47,4	61,2	34,3	10,6	7,5	15,2
2002	48	61,5	35,3	11,5	8,2	16,4
2003	49,1	62	36,8	11,5	8,4	16
2004	50,2	62,5	38,4	11	8,2	15
2005	52,1	63,9	40,8	9,2	7	12,2
2006	53,4	64,8	42,4	8,5	6,3	11,6
2007	54	64,9	43,6	8,3	6,4	10,9

Fuente: INE, Encuesta de Población Activa parados

TASAS DE EMPLEO POR SEXO, NACIONALIDAD Y EDAD, 2005-2007

Nacionalidad	Varones						Mujeres						
	Total	16-24	25-34	35-44	45-54	55+	Total	16-24	25-34	35-44	45-54	55+	
Total													
2005	53,5	47,7	85,2	89,5	86,1	27	34,7	35,8	67,8	62	52,9	10,7	
2006	54,3	48,6	86,1	89,8	86,9	27,5	36,1	37,7	69,5	64,5	55,4	11,2	
2007	54,3	48,5	86,5	89,8	86,3	27,4	37,1	37	71,3	66,2	58	11,8	
var 05-06	0,7	0,9	0,9	0,3	0,8	0,6	1,4	1,9	1,7	2,5	2,5	0,6	
var 06-07	0,1	0	0,4	0	-0,6	-0,1	1	-0,7	1,8	1,7	2,6	0,5	
Espanoles													
2005	52,1	45,9	84,9	89,8	86,5	26,8	33,2	34,8	68,5	61,3	51,7	10,4	
2006	52,6	46,8	85,7	90,2	87,2	27,3	34,3	36	70,7	63,7	54,5	10,9	
2007	52,7	47,3	86,6	90,5	86,9	27,1	35,3	35,9	72,9	66	57,4	11,5	
var 05-06	0,5	0,9	0,8	0,4	0,7	0,5	1,1	1,2	2,2	2,4	2,7	0,5	
var 06-07	0,1	0,5	0,9	0,2	-0,3	-0,2	1	-0,1	2,2	2,2	2,9	0,5	
Extranjeros													
2005	69,9	61,5	86,9	87,2	80,9	30,2	51,9	43,1	63,9	67	67,1	18,4	
2006	70,4	61,3	87,6	86,9	83,4	33,1	52,7	47,7	63,9	69,4	64,7	20,8	
2007	68,6	57,1	86	86	80	33,2	51,6	42,2	65,4	67,3	63,8	20,4	
var. 05-06	0,5	-0,2	0,7	-0,3	2,5	2,9	0,8	4,6	0	2,4	-2,3	2,4	
var. 06-07	-1,8	-4,2	-1,5	-0,9	-3,4	0,1	-1,1	-5,5	1,5	-2,1	-0,9	-0,4	

Fuente: INE, Encuesta de Población Activa parados

El curso trimestral fue claramente descendente en la construcción y en la industria, y mucho más moderado —aunque apreciable— en los servicios. El detalle por ramas de actividad de este panorama sectorial arrojó, en el caso de los servicios, varios puntos

Gráfico 29-30. Tasa de empleo y paro por sexo.

críticos en 2007, que vienen a diferenciar estos resultados de los correspondientes a los años anteriores y que son los que pueden matizar, aunque habrá que esperar a lo que suceda en los próximos periodos, la incierta perspectiva actual, puesto que en las ramas de mayor tamaño el menor crecimiento sólo alcanzó con claridad a la hostelería, mientras que prosiguió el dinamismo de otras actividades empresariales, repuntó el comercio minorista y se mantuvo con un buen ritmo sanidad y servicios sociales; a su vez, en las ramas medianas la desaceleración se concentró sobre todo en hogares que emplean personal doméstico y en las ramas más pequeñas hubo dos notas destacadas, una negativa (freno en actividades inmobiliarias) pero otra positiva (crecimiento elevado y sostenido en actividades informáticas).

De nuevo el mayor aumento del empleo en 2007 correspondió al de carácter asalariado en el sector privado, con 521.000 ocupados más (3,9 por 100); el crecimiento fue también notable, en términos relativos, en los empresarios sin asalariados o trabajadores independientes (4 por 100).

Además, se dio un fuerte aumento del empleo indefinido, lo que constituye una de las notas más destacadas del mercado de trabajo en 2007.

El crecimiento del empleo estable fue, por otro lado, mayor en el caso femenino, tanto en términos relativos como en número de personas, y más en edades jóvenes e intermedias. Así, se redujo la desventaja de las mujeres en cuanto a temporalidad, aunque sigue siendo, a partir de los 40-49 años, 5 puntos mayor que en los varones. Con alguna excepción destacada, la desaceleración en el crecimiento del empleo se dio en todas las comunidades autónomas en 2007. Y en todas se hizo pronunciado ese descenso en la segunda mitad del año.

3.4.4 Consumo.

Desde el punto de vista sociodemográfico se han producido numerosos cambios que influyen en la oferta y la demanda de bienes de consumo. Entre ellos destacan el crecimiento del número de hogares —a lo que ha contribuido notablemente el crecimiento de la población por efecto de la inmigración—, el significativo aumento de la población de más edad, el aumento de hogares unipersonales y monoparentales, o el incremento de la proporción de mujeres que trabajan fuera del ámbito doméstico.

El análisis de las pautas de consumo de los hogares españoles realizado a través de la Encuesta de Presupuestos Familiares¹⁵⁴ permite identificar el creciente impacto de los gastos de vivienda, comunicaciones y otros bienes y servicios sobre el gasto total, en detrimento de lo que se dedica a alimentación, aproximando a España a la estructura de consumo del resto de la Unión Europea, es decir, a una configuración de sus pautas de consumo propia de un modelo de consumo maduro.

La característica fundamental del gasto en consumo de los hogares españoles reside en el importante peso de la partida correspondiente a la vivienda, que explica más de un cuarto del gasto en consumo. Le sigue en importancia la rúbrica de transportes, que desde 2005 supera al gasto en alimentación, tercer gasto de consumo. De modo que estas tres partidas, vivienda, transportes y alimentación junto al gasto dedicado a vestido, esto es el total de gastos que cubren las necesidades básicas de los hogares españoles, absorben (2006) un 71,4 por 100 del presupuesto de las familias destinado al gasto en consumo.

El análisis de la EPF revela una serie de diferencias en las pautas de consumo de los hogares en función de determinadas características, siendo las más notables las que se dan en función del género, del tipo de hogar (asimismo vinculado al tamaño) y de la comunidad autónoma en que resida.

A finales de 2007, el INE hizo públicos los resultados de la nueva Encuesta de Presupuestos Familiares (EPF), que viene a sustituir a la Encuesta Continua de Presupuestos Familiares (ECPF) que estaba en vigor desde 1997 hasta 2005. Con el objetivo de aportar datos de mayor consistencia y de adaptar los resultados a las prácticas llevadas a cabo en otros países europeos, introduce una serie de cambios metodológicos entre los que destacan: su mayor carácter estructural al pasar de ser trimestral a anual, un aumento en el tamaño de la muestra de 8.000 hogares a 24.000, una reducción del esfuerzo de colaboración de los hogares, una simplificación de los cuestionarios y, finalmente, la

elaboración de módulos temáticos específicos que permitan estudiar con mayor detalle el gasto de consumo de los hogares en actividades de especial relevancia (sanidad, educación, etc.).

	Total	Persona sola menos 65 años	Persona sola 65 o más años	Pareja sin hijos	Pareja con 1 hijo	Pareja con 2 hijos	Pareja con 3 o más hijos	Adulto con hijos	Otro tipo hogar
Gasto total (miles de euros) 29.055.007,6	466.058.239,0	26.043.245,4	17.012.094,7	89.547.314,6	110.367.594,2	107.481.269,5	29.055.007,6	30.884.611,5	55.667.101,6
Gasto medio por hogar (euros)	29.393,90	19.660,50	12.328,50	26.149,40	33.166,50	38.734,20	41.934,60	25.029,00	32.798,20
Gasto medio por persona (euros)	10.632,20	19.660,50	12.328,50	13.074,70	11.055,50	9.683,60	8.017,80	10.256,60	8.480,70
Alimentación	14	9,2	16,2	13,7	14,1	14,1	15,2	15	14,8
Bebidas, tabaco	1,8	1,6	0,6	1,6	1,9	1,8	2,2	1,7	2,1
Vestido	6,7	5,9	4,5	6	7,2	7,3	6,9	6	6,7
Vivienda	26,4	31,9	50,4	29,1	24,3	22,6	21,1	29,4	24,8
Mobiliario	5,8	6,8	7,2	6,1	5,7	5,4	5,2	6	5,6
Salud	2,9	2,5	3,5	2,9	2,8	2,9	2,5	3,3	2,8
Transportes	14,3	13,9	2,3	13,7	15,3	15,6	16,3	11,8	15,2
Comunicaciones	2,9	3,3	2,6	2,6	2,9	2,9	3,1	3,3	3,2
Ocio, cultura	6,8	6,7	3	6,6	7	7,7	7,4	5,9	6,1
Enseñanza	0,9	0,6	..	0,3	0,8	1,7	1,8	1	0,8
Hoteles, restaurantes	9,6	9,8	2,9	9,4	9,8	10,5	10,9	8	9,9
Otros	8	7,9	6,9	7,9	8,3	7,7	7,5	8,7	8,1

FUENTE: INE. Encuesta de Presupuestos Familiares

Dirección General de Sanidad y Protección de los Consumidores (Comisión Europea), Resumen de las evaluaciones de impacto de la Estrategia 2002-2006, 2007.CES, Informe 1/2008, de 20 de febrero, sobre Nuevos modelos de consumo.

El dinamismo del consumo de los hogares ha sido uno de los principales factores explicativos del crecimiento económico de los últimos años. Esta relevancia se ha visto acompañada de una serie de cambios en las pautas de consumo de los españoles que han sido objeto de especial atención por el CES durante 2007, que aprobó su Informe 1/2008 sobre Nuevos modelos de consumo. En él se ponían de relieve los importantes cambios en los hábitos de consumo en España en los últimos años, como la diversificación de estilos de vida y la individualización de las pautas de consumo, estrechamente relacionados con el mayor nivel educativo y de información.

A ello hay que añadir la creciente presencia de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, así como la aparición de nuevos lugares de compra y medios de pago, incluyendo una creciente importancia del recurso al crédito para financiar las compras de bienes de consumo.

Gráfico 31. Gasto de consumo.

Esta última tendencia, dado el contexto económico general, resulta uno de los aspectos más preocupantes de estas nuevas pautas reveladas por los hogares españoles. El auge del crédito al consumo, materializado en la aparición de nuevas figuras o instrumentos de crédito, como los créditos rápidos o la reunificación de deudas, junto al también creciente endeudamiento para la compra de vivienda debería haber ido acompañado por una serie de medidas de información, formación y educación financiera que familiarizaran al gran público con estos temas y que, quizá hubieran contribuido a evitar situaciones de sobreendeudamiento de los hogares.

Fuente: CES Consejo Económico y Social. Memoria sobre la situación socioeconómica y laboral de España 2007

3.4.5. Vivienda.

La posibilidad de acceder, ya sea en propiedad o en alquiler, a una vivienda adecuada es un componente clave de la situación social de un país, en términos de bienestar y calidad de vida. De hecho, este aspecto es, según la opinión de los ciudadanos, el primer ámbito que merecería una actuación prioritaria por parte de las Administraciones públicas.

La primacía de la propiedad como régimen mayoritario de tenencia de la vivienda en España vincula las posibilidades de acceso a la misma de los ciudadanos a la situación del mercado de compraventa residencial. En este sentido, durante 2007, aunque se acentuó la tendencia de desaceleración de los precios de la vivienda continuaron deteriorándose las posibilidades de acceso a una vivienda en propiedad y aumentó considerablemente el endeudamiento de los hogares.

El precio de la vivienda moderó su avance gracias a la menor presión de la demanda, pues la vivienda atenuó su atractivo como inversión, al tiempo que empeoraba la accesibilidad a la misma por la subida de los tipos de interés. Esta situación ha requerido un ajuste de la oferta de viviendas nuevas, ante los primeros síntomas de sobreoferta.

Por otro lado, el alquiler no ha constituido hasta ahora una alternativa viable para muchas de las personas sin posibilidades de comprar una vivienda, dada la escasez de su oferta, tanto libre como protegida, y su relativa carestía. Y tampoco, el aumento del número de viviendas de protección oficial en los últimos años ha podido dar respuesta a la demanda que cumpliría con los requisitos para su concesión, que supera claramente la oferta existente.

En España, según la Encuesta de Condiciones de Vida, en 2006 se había producido un incremento del 4,8 por 100 en los ingresos medios por persona respecto al año anterior, pasando de 7.925 a 8.403 euros. Paralelamente también ha ido aumentando el umbral de lo que se considera riesgo de pobreza relativa, el indicador que permite medir las desigualdades de ingresos entre la población de un país: en aquel año, este umbral se situaba en España en 6.860 euros anuales.

VIVIENDAS PRINCIPALES EN ESPAÑA SEGÚN RÉGIMEN DE TENENCIA, 1950-2006

(Número de viviendas en miles)

Régimen de tenencia

	1950		1960		1970		1981		1991		2001		2006	
	Número	%	Número	%	Número	%	Número	%	Número	%	Número	%	Número	%
Total de viviendas principales	6.327,8	100,0	7.028,7	100,0	8.504,3	100,0	10.430,9	100,0	11.736,4	100,0	14.270,7	100,0	16.353,7	100,0
En propiedad	2.970,4	46,9	3.558,5	50,6	5.394,3	63,4	7.629,7	73,1	9.166,1	78,1	11.703,4	82,0	14.273,9	87,3
En alquiler	3.252,9	51,4	2.988,2	42,5	2.555,1	30,0	2.168,7	20,8	1.757,5	15,0	1.641,1	11,5	1.799,4	11,0
Cesión y otros	167,3	2,6	482,0	6,9	554,9	6,5	632,6	6,1	901,3	7,7	927,6	6,5	280,4	1,7

Fuentes: Años 1950 a 1981. INE, Censos de Población y Vivienda. Tomado de Julio Rodríguez López. «La política de vivienda. Evolución reciente y aproximación al caso de España.» Instituto de Estudios Fiscales, Cuadernos de actualidad económica, septiembre 1994. Años 1991 y 2001: INE, Censos de Población y Vivienda. Año 2006: Ministerio de Vivienda. Estimación del parque de viviendas.

Fuente: CES Consejo Económico y Social. Memoria sobre la situación socioeconómica y laboral de España 2007

Gráfico 32. Vivienda.

CAPÍTULO 4: ESPAÑA EN 2009

4.1. Situación económica.

La debilidad de la economía mundial, el proceso de desapalancamiento y el redimensionamiento del sector inmobiliario lastran a la economía española

Las bajadas de los tipos de interés y de la inflación, y el impulso fiscal amortiguarán, pero no podrán evitar, la recesión en 2009. Mayor ahorro y reformas en los mercados de bienes y de trabajo permitirían adelantar la recuperación

La recesión sin precedentes de la economía mundial, el proceso de desapalancamiento de empresas y familias, y el ajuste del sector inmobiliario arrastran a la economía española hacia la recesión en 2009. A pesar de la disminución del PIB y del empleo, la renta de las familias aumentará como consecuencia de tres choques positivos: las bajadas de los tipos de interés y de la inflación, y el impulso fiscal, que amortiguarán el ajuste de la economía.

Ante la elevada incertidumbre económica, las empresas y, sobre todo, las familias aumentarán significativamente sus tasas de ahorro. En este contexto, se estima que 2009 será un año de recesión global y que la economía española se contraerá un 2,8% este año, una tasa similar a la de la UE.

Este deterioro en las perspectivas sobre la economía mundial intensifica el proceso de ajuste de la economía española más allá de lo esperado hace tres meses. En este sentido, el deterioro observado en los indicadores de empleo durante los últimos meses de 2008 y principios de 2009 es especialmente preocupante, con efectos muy negativos sobre la confianza de los consumidores y las empresas.

La destrucción de puestos de trabajo no sólo ha continuado en el sector de la construcción sino que ahora se extiende también a otros sectores de la economía que se ven afectados por la reducción del comercio internacional y por la incertidumbre. Este deterioro generalizado en las perspectivas sobre el empleo y, por lo tanto, sobre la renta disponible de las familias, ha intensificado el proceso de desapalancamiento del sector privado, que ha aumentado su ahorro por motivos de precaución. Este deseo por parte de las economías domésticas y de las empresas por reducir sus niveles de endeudamiento tiene como resultado una significativa disminución de la demanda de crédito, cuyo

crecimiento será negativo por primera vez en muchos años. Todo ello contribuirá negativamente haciendo que la economía española decrezca un 2,8 por ciento en 2009.

No obstante, existen factores que mitigarán parcialmente los efectos de la crisis económica sobre la renta bruta disponible de las familias españolas. Entre estos factores se pueden mencionar la caída en el precio de los combustibles, la disminución de la tasa de inflación y de los tipos de interés, y el impulso que darán a la economía las políticas monetaria y fiscal expansivas.

En cualquier caso, el actual proceso de ajuste ha puesto de manifiesto las debilidades y desequilibrios de la economía española en relación con otras economías avanzadas, como pone claramente de manifiesto que España haya sido el país en el que de forma más intensa ha aumentado la tasa de paro en el último año. Independientemente de que algunas políticas puedan mitigar la caída de la demanda, una buena parte del esfuerzo de la economía española debería encaminarse a mejorar sus condiciones de oferta, con la finalidad de eliminar la lacra del desempleo y de sentar las bases de un nuevo patrón de crecimiento con el que España pueda retomar cuanto antes su proceso de convergencia en renta per cápita con las economías europeas más avanzadas, sin depender, como en los últimos años, de unas necesidades crecientes de financiación exterior.

4.2. Situación social.

La crisis financiera se ha recrudecido extendiéndose a nuevos países y segmentos de mercado, sobre todo desde que el colapso del banco de inversión Lehman Brothers provocara un incremento sin precedentes de la aversión al riesgo. Los gobiernos y los bancos centrales han actuado rápidamente, adaptando medidas orientadas a contrarrestar la escasez de liquidez y a reabrir los mercados de financiación interbancaria. Además de las bajadas de tipos de interés por parte de las autoridades monetarias, los bancos centrales han aumentado su oferta de liquidez, se han incrementado los importes cubiertos por los fondos de garantía de depósitos, se ha inyectado capital público en entidades bancarias, se han aprobado avales públicos y se han creado fondos para la adquisición temporal de activos financieros de las entidades afectadas. Sin embargo, a pesar de la rapidez con la que se han adoptado estas medidas, de que se trate de esfuerzos por primera vez coordinados a nivel internacional y de la importante cuantía de recursos públicos que se están destinando, las incertidumbres sobre la intensidad y duración de la crisis actual son enormes.

Ante este escenario, el consumo de las familias españolas ha intensificado su deterioro, arrastrado por la crisis financiera global. Por un lado, la riqueza de los hogares se está viendo afectada por la negativa evolución del precio de los activos, tanto financieros como inmobiliarios.

Por otro, la renta de los hogares sufre la erosión del deterioro del mercado laboral (se estima que en 2009 se destruyan algo más de seiscientos mil puestos de trabajo en término de EPA). Esto supondrá un freno al aumento de la renta disponible, que hasta el momento se había visto apoyada por los aumentos salariales de 2008 y por las medidas de política fiscal adoptadas a lo largo del año. Además, ante el deterioro de su confianza es de prever que los consumidores aumenten su ahorro precautorio, el cual será necesario para financiar el crecimiento de la economía española en el futuro, ante la dificultad de obtener financiación en el exterior.

Sin embargo, existen elementos de soporte que pueden frenar la caída del consumo. Por un lado, la relajación de la política monetaria europea se trasladará a los tipos de interés de mercado. La mejora de la carga financiera soportada por los hogares, supondrá un impulso de unos seis mil millones de euros a la renta disponible de los hogares, un 0,8% del total.

Por otro lado, los precios del petróleo han comenzado a moderarse desde mediados de año, lo que supondrá otro impulso adicional a la renta de los hogares de unos 7.200 millones de euros, en torno al 1% de su renta. Con todo, nuestras previsiones apuntan hacia un crecimiento del consumo entre el -0,8% y el -1,3% en 2009, condicionado por las incertidumbres sobre la marcha de la actividad económica en ese año.

Además, en un entorno cíclico difícil, empeorado por la crisis financiera internacional, y con la confianza de los consumidores en niveles mínimos, el crédito consumo ha acelerado su moderación. De hecho, el crédito consumo ya crece a ritmos similares a los de la Zona Euro, siendo el saldo acumulado apenas un 4,6% superior al de un año antes.

Y esto es así tanto por el comportamiento de la demanda crediticia como crecientemente por el de la oferta. Los créditos ofertados son además más caros, pues el incremento de las primas de riesgo que ha provocado la crisis financiera internacional se traduce en tipos de interés más altos para la financiación al consumo. En definitiva, tras varios años de crecer significativamente por encima del crecimiento nominal de la economía, es probable que veamos un periodo de mayor austeridad en la evolución del crédito, que crecería por debajo del PIB nominal.

El sector del automóvil es un claro reflejo de la evolución coyuntural, ante la cual los hogares tienden a posponer las decisiones de gasto en bienes duraderos. El menor crecimiento de la renta disponible y de la riqueza, las dificultades de acceso al crédito y los elevados tipos de interés en este periodo han dado lugar a un descenso mayor de lo esperado en la venta de automóviles.

En el futuro, la reducción de los tipos de interés oficiales en Europa, un probable descenso de las primas de liquidez y riesgo desde los máximos alcanzados y la continuada contención de los precios de los vehículos pueden ser factores de soporte, relanzando el Indicador EFCA (Esfuerzo Familiar para la Compra Financiada de Automóvil) a los niveles registrados antes del comienzo de las tensiones financieras.

Sin embargo, frente a ello, la evolución de la renta y la riqueza seguirán pesando negativamente en el sector, que se prevé cierre el año 2008 con una caída por encima del 25% y continúe deteriorándose en 2009. En la actualidad, el parque automovilístico español aún no ha convergido completamente a niveles europeos, pues los 47 turismos por cada cien habitantes en España están aún a cierta distancia de los 57 alemanes o los 60 italianos, por lo que aún tenemos margen de crecimiento a futuro en las ventas de vehículo nuevo.

Tras varios años de bonanza en el sector de la automoción, en los próximos meses va a resultar de vital importancia identificar a los hogares dispuestos a comprar un vehículo. Se ha caracterizado al comprador de automóviles, tanto de vehículo nuevo como de vehículo de ocasión, utilizando la Encuesta de Presupuestos Familiares.

Los análisis indican que son los hogares jóvenes, con familias numerosas, con recursos económicos, incluida la vivienda en propiedad, y en los que el cabeza de familia es hombre, joven y de nacionalidad extranjera los más propensos a comprar un vehículo. Dentro de este subgrupo son los de mayores ingresos, con familias numerosas y vivienda en propiedad los que se decantan en mayor medida por vehículos nuevos.

Y en cuanto al importe dedicado, el gasto es mayor en los hogares de mayores ingresos, menor tamaño y con un sustentador principal varón y no extranjero los que más dedican a la compra del coche. A futuro, la ralentización de los flujos migratorios, los menores ingresos familiares así como, en un horizonte de más largo plazo, el envejecimiento de la población, hacen prever una moderación de la demanda de automóvil.

SEGUNDA PARTE
ANÁLISIS "YUPPIES" - "SINGLES"

Del Yuppie al Single.

En la segunda parte, hemos definido dos grupos sociales localizados en periodos de tiempo diferentes, denominados popularmente “Yuppies” y “Singles”. En el estudio definiremos a que segmento de la población denominamos con estos nombres, localización en el tiempo, sus características sociodemográficas y sus estilos de vida.

El objetivo de este planteamiento es ver cómo ha evolucionado la sociedad española en estos años, centrándonos en dos segmentos representativos de estos cambios.

La fuente que he elegido para realizar este análisis ha sido EGM:

Nombre: Estudio General de Medios.

Empresa: A.I.M.C. (Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación)

Universo: Personas de 14 y más años de Península Baleares y Canarias.

Metodología: Entrevistas personales asistidas por ordenador.

Muestra: 43.773 entrevistas personales al año repartidas en tres olas (Febrero-Marzo, Mayo-Junio, Octubre-Noviembre).

Diseño Estratificado (Provincia/Hábitat/Día de la semana)

Medios: Multimedia.- Televisión, diarios, prensa, revistas, radio, cine, internet.

Datos: Datos sociodemográficos y de estilos de vida, audiencia de medios, equipamiento del hogar, consumo individual y del hogar (sin detallar marcas).

Posibilidades: Evaluación de uno o varios medios conjuntamente (Multimedia).

Cruzar datos de consumo de medios con posesión de aparatos en el hogar, consumo de productos, compra de productos últimos 30 días, estilos de vida,...

Software: Tom Micro

Es un estudio poblacional. No se trata de representar a los lectores, a los oyentes, ni a los espectadores, sino que busca una representación de la población, mediante una muestra a la que se interroga, entre otras cosas, acerca de su comportamiento en relación al consumo de medios.

Es un estudio multimedia, es decir, estudia para cada individuo su comportamiento respecto a los distintos medios. La realidad social es multimedia.

Es un estudio anual. El diseño muestral es anual, aunque tal diseño se divida posteriormente en tres partes de igual tamaño y composición; el ciclo muestral se completa en tres oleadas, es decir, en un año de investigación. Es importante tener este hecho en cuenta a la hora de analizar los resultados, puesto que dependiendo del ámbito al que se refieran, puede haber en una ola concreta estratos o segmentos de población -y consecuentemente audiencia de soportes, sobre todo locales- infra o sobre representados que sólo adquieren su verdadero valor de representación en el resultado anual.

“Yuppies”.

Hemos definido el segmento de “Yuppies” situando su aparición entre a finales de la década de los ´80 principios de los ´90. Las definiciones que encontramos de este colectivo son muy similares.

Los años analizados han sido dos, 1990 y 1995. Las razones para definir estos años han sido las siguientes: aunque localizamos el inicio de los “Yuppies” a finales de los años ´80, para poder tener datos comparables hemos tenido que utilizar el primer año de la década de los ´90. Y para ver cómo ha evolucionado este segmento de la población. Hemos realizado el mismo análisis cinco años después, en 1995 y hemos comparado los “Yuppies” con un segmento de referencia, individuos >25 (considerando el total población representativo para la comparación).

“Singles”.

Hemos definido los “Singles” situando su aparición a finales del siglo XXI.

Los años analizados para este grupo han sido dos, 2000 y 2008. Primero. En el año 2000 situamos el inicio de este grupo social, y el 2008 el momento actual en el que se encuentra este colectivo. La comparación de ambos permite determinar la evolución de este grupo/segmento social

También hemos comparado segmento de “Yuppies” con un segmento de referencia individuos >25 (considerando el total población representativo para la comparación).

En ambos grupos, el estudio tiene 2 partes, en la primera hemos analizado el perfil sociodemográfico de estos grupos, sexo, edad, clase social, hábitat, región, nivel de instrucción, estado civil.

En la segunda parte el estudio hemos centrado el análisis de estilos de vida, consumo, viajes.

CAPÍTULO 5: LOS "YUPPIES" COMO GRUPO SOCIAL

5.1. Antecedentes.

5.1.1. Los “Hippies”. Definición general y características.

Antes de definir y analizar los 2 grupos sociales que hemos elegido para este estudio, hemos querido investigar otro grupo social surgido en décadas anteriores y que pueden servirnos como antecedente a los “Yuppies” y a los “Singles”. El análisis presentado no es tan exhaustivo pero si nos da unas breves nociones de información de cómo era la sociedad, y porque surgió este grupo social.

Definición: Los “Hippies” Fue un movimiento juvenil que tuvo lugar en los últimos años de la década de 1960 y que se caracterizó por la anarquía no violenta, la preocupación por el medio ambiente y el rechazo al materialismo occidental. Los hippies formaron una contracultura políticamente atrevida y antibelicista, y artísticamente prolífica en Estados Unidos y en Europa. Su estilo psicodélico y lleno de colorido estaba inspirado por drogas alucinógenas como el ácido lisérgico (LSD) y se plasmaba en la moda, en las artes gráficas y en la música de cantantes como Janis Joplin o de bandas como Love, Grateful Dead, Jefferson Airplane y Pink Floyd.

EL “MOVIMIENTO HIPPIE”: En los últimos años de la década del ‘60, comenzó un movimiento muy particular que fue conocido como “movimiento hippie”. Este movimiento, como decíamos anteriormente, se caracterizó por la anarquía no violenta, por la preocupación por el medio ambiente y por un rechazo general al materialismo occidental. Los “hippies” formaron una cultura contestataria y antibelicista.

Artísticamente fue un movimiento muy prolífero en todo el mundo. Su estilo fue la psicodélica y la multiplicidad de colores inspirados en la drogas alucinógenas de la época (LSD) y que se plasmaba en: moda, artes gráficas y sobre todo en la música, en cantantes como Janis Joplin y en bandas como Love, Grateful Dead, Jefferson Airplane y Pink Floyd por nombrar solo algunas; y en general en todos los ámbitos de la cultura.

En un principio el movimiento se generó en Estado Unidos para luego extenderse a Europa y a todo el mundo. El origen, fue una reacción a las profundas alteraciones que había producido la segunda guerra mundial, en la sociedad y en la cultura.

Luego de la segunda guerra mundial (1945), se habían generalizado las políticas económicas de orientación “keynesianas”, que se basaban en el impulso que el Estado le daba a la demanda y a la organización del proceso productivo a través del “taylorismo” (organización racional y científica del trabajo) y el “fordismo” (organización del trabajo en

cadena). Estas circunstancias, hicieron aumentar la productividad y a su vez abaratar costos, lo que permitió a los trabajadores, acceder al mercado de bienes de consumo durables (automóviles, electrodomésticos, etc.), como nunca antes en la historia.

Las clases medias y populares mejoraron notablemente en las condiciones de vida ayudadas por la intervención del llamado “estado de bienestar” que tenía en esta etapa una importancia preponderante. Además, el pleno empleo, el sistema de seguridad social asegurado por ese “estado de bienestar” y la transformación de algunos servicios que antes eran privados (sanidad, educación, transporte, etc) en públicos, permitió también una notable mejora en la mayoría de los trabajadores.

Estas mejoras económicas, provocó en la sociedad en general una aletargamiento y un adormecimiento en cuanto a los reclamos y las luchas obreras. Los jóvenes, a partir de la década del '50, comenzaron a rechazar estas posiciones cómodas y burguesas. Además, se le sumó a estos conflictos, la intolerancia “macartista” en el plano interno y la guerra de Corea en el internacional.

Todas estas transformaciones en la sociedad, fueron incubando la protesta juvenil que vendría.

La década del '60, en los Estados Unidos y en los países centrales, traería todavía aun más mejoras en lo económico. La producción industrial se incrementó durante este periodo, principalmente la industria alimenticia, junto con la producción de carbón, la metalurgia básica, los productos agrícolas y la gasolina. Comenzó así, una etapa de consumo de masas. Los electrodomésticos, el auto y el teléfono, pasaron a ser símbolos de status personal. En general, artículos que eran privativos de minorías, pasaron a ser consumidos por una gran cantidad de personas al abaratare notablemente sus costos.

Otro síntoma de los cambios de la época, fue la significativa explosión demográfica y la fuerte crisis que sufrió la institución “familia”. La misma, dejó de ser el núcleo de contención afectiva que siempre fue, debido a un cambio de valores en la sociedad.

Dos grandes movimientos también cobraron fuerte impulso en la década del '60: uno era el “liberación femenina” y el otro el de la lucha contra la discriminación étnica.

En ese marco, en esta década, muchos jóvenes comenzaron a ensayar experiencias no convencionales. Consideraban mediocre y aburrido el mundo “burgués” e iniciaron una búsqueda hacia una vida espiritual y en contacto con la naturaleza. A toda esta búsqueda e iniciativas de los jóvenes, se la comenzó a conocer como “movimiento hippie”.

Al “movimiento hippie” no le interesaba cambiar la sociedad, sino que lo que pretendían era cambiar la sociedad en forma íntegra. Además de los cambios en la familia y la rebelión juvenil, se sumaba la denominada “revolución sexual”. Ésta última, ocurría acompañada de las grandes transformaciones en las conductas sociales, que se trasladaron también al ámbito privado. La aparición de las píldoras anticonceptivas y su difusión masiva, también influyeron en los cambios producidos en el nivel social.

Los “hippies”, tomaron como actitud contestataria, retirarse de la sociedad a la que condenaban por actitud cómoda y conservadora. Comenzaron, entonces, a reunirse en comunas, constituidas como organizaciones libres y sin jerarquías, en total contraposición de lo que pasaba en la sociedad burguesa. Las reuniones de los hippies se volvieron cada vez más conocidas, pero la que quedó instalada en la memoria, fue el festival de “Woodstock” en 1969, en el cual se reunieron durante tres días, medio millón de jóvenes. Además, el movimiento hippie encontró en el rock, un modo de expresión inigualable, sus valores básicos fueron la tolerancia y el amor. La guerra de Vietnam, fue también un hecho clave, que mostró al movimiento en total oposición al conflicto bélico, su gran inconformismo se manifestó en diversas movilizaciones en contra de la guerra y de todo tipo de violencia.

Estilo y comportamiento: El icono hippie suele caracterizarse con un hombre de pelo largo y barba mucho más larga que lo considerado “normal” para la época. Ambos sexos tendían a dejarse el pelo largo y de imitar el estilo afroamericano.

La mayoría de la sociedad de la época, consideraba estos “pelos largos” como una ofensa, o como sinónimo de suciedad, o cosa de mujeres.

El hecho de usar el cabello largo, para ambos sexos y su forma particular de vestir, actuaba como una señal de pertenencia y una muestra de su actitud contestataria y contracultural.

5.1.2. Otras características destacables.

- Ropas de colores brillantes.
- Ropas desteñidas.
- Camisas largas, polleras largas, pantalones con botamanga tipo “pata de elefante”.
- Ropas indias o africanas.

- Símbolos como la flor o dibujos de los aborígenes americanos.
- Muchos se confeccionaban su propia ropa como protesta ante la cultura consumista.
- Uso de incienso y recuperación de los valores naturales de las plantas.
- Se reunían a tocar o componer música en fiestas al aire libre en casas de amigos.
- Vida en comunas.
- San Francisco, California era la principal ciudad de encuentro para los hippies.
- Tolerancia hacia la homosexualidad y la bisexualidad.
- Amor libre: traducido en un rechazo a la institución del matrimonio y una conducta sexual contraria a las imposiciones de las Iglesias o el Estado, que eran vistas como intromisiones a la vida personal.
- Uso de drogas: marihuana, hachís, alucinógenos como el LSD, etc.

El entonces presidente Ronald Reagan definió al hippie como "un tío con el pelo como Tarzán, que camina como Jane y que huele como Chita".

Festival de Woodstock:

Fue el acontecimiento emblemático del movimiento juvenil y si queremos representar cómo fue la década del '60, seguro que recurriremos a ese festival. Desafiante, inocente, optimista y tolerante, todo eso a la vez y muchas cosas más se pueden decir del mismo. Celebrado en una granja del estado de Nueva York del 15 al 17 de agosto de 1969. Durante tres días, a pesar de las lluvias, el barro y las instalaciones insuficientes, más de 400.000 jóvenes se abarrotaron en un encuentro que pasaría a la historia.

Joan Baez; Crosby, Stills, Nash y Young; The Who; Janis Joplin; Jimi Hendrix; Sly and the Family Stone; Jefferson Airplane y Santana, son solo algunos de los músicos que actuaron en el festival que había sido anunciado como "tres días de paz y amor".

Estudiantes, fumadores de marihuana, residentes en comunas, profesores y hippies, en general, acudieron a la cita que fue catalogada como "una reunión de todas las tribus", creando una de las leyendas que quedaría viva por siempre en la cultura musical y roquera.

Liberación homosexual:

Un acontecimiento, cambió algo que ya se venía dando desde la década de '50. El movimiento homosexual era hasta entonces reducido y discreto, todavía sufría los prejuicios de la época. El aconteciendo del que hablamos, tuvo lugar en un bar (el "Stonewll Inn.") para homosexuales del Greenwish Village, un barrio bohemio de Nueva York.

Una noche de junio de 1969, en una operación que parecía rutinaria, la policía realizó una redada en el Stonewall, debido a que el mismo no tenía licencia para vender alcohol y por esos tiempos atraía una nutrida clientela de jóvenes, ruidosos y travestis. Lo que hubiera pasado inadvertido, esa noche se tradujo en una violenta reacción sin precedentes. En lugar de dispersarse, los habitúes respondieron con ira. El disturbio duró varios días y el acontecimiento provocó que saliera a la luz, la causa por la "liberación homosexual".

Los activistas de esta causa, influenciados a su vez por los movimientos del poder negro y la liberación de la mujer, tomaron mayor fuerza y lograron ubicarse en la opinión pública de la época.

Esta rebelión, también fue significativa para aquellos que esperaban un control menos rígido de la sociedad hacia los comportamientos sexuales y para los que esperaban que se termine con la discriminación hacia los homosexuales.

Los movimientos a favor de la liberación homosexual comenzaron a expandirse hacia las potencias occidentales. Ya Inglaterra, había despenalizado la homosexualidad y se le sumaban en 1969, Canadá, Alemania, Australia y algunos estados de Norteamérica.

Finalmente, en 1973, la Asociación Norteamericana de Psiquiatría borró de su manual de diagnóstico, a la homosexualidad como enfermedad. De todas formas, la persecución y la discriminación no finalizaron allí.

5.2. Los “Yuppies”. Definición general y características.

Yuppie: Es una voz derivada de las siglas de Young Urban Professional (Profesional joven y urbano). Y corresponde a un joven profesional, de posición social y económica elevada **Diccionario de la lengua española. Espasa Calpe 2004.**

Yuppie: Perteneiente o relativo al grupo social integrado por jóvenes profesionales muy activos, de formación universitaria, de altos ingresos económicos e ideología conservadora, propios de los años ochenta. **Diccionario de Voces de uso actual. Manuel Alvar Ezquerra . Arco Libros 1994.**

Yuppie: Young Urban Professional con la terminación de hippie. Joven profesional cualificado que ocupa puestos de responsabilidad en la empresa. **Diccionario de uso del español. Mario Moliner. Editorial Gredos. 2007**

Yuppie: Formado por Young Urban Professional (jóvenes profesionales urbanos). Palabra inglesa surgida en los años setenta para designar “al joven antes contestatario que en lo profesional adopta un sistema de valores conservadores basado en el triunfo profesional y económico y en lo privado se muestra progresista”. **Diccionario de Usos y Dudas del español actual. José Martínez de Sousa. Vox Spes**

A efectos de las estas definiciones de Yuppie, la nuestra estaría planteada en función de las siguientes características: joven profesional de éxito, urbano y con un alto nivel con un alto nivel de vida derivado de sus ingresos.

5.3. Los “Yuppies” en 1990.

5.3.1. Perfil sociodemográfico.

Si analizamos este segmento, utilizando la fuente de EGM (Acumulado anual 1990), podemos ver que hay un mayor porcentaje de hombres (63%) que de mujeres (37%), que las edades donde se centra mayoritariamente es de 25-39 años, de clase social media-alta y alta, y en hábitat de más de 10. habitantes y destacando las capitales.

Las conclusiones que podemos extraer de este apartado, es que el segmento Yuppie se caracteriza por ser mayoritariamente masculino, joven de 25 a 39 años, aunque también encontramos un porcentaje importante en el tramo de edad de 40-44, por lo que el margen de edad es amplio, coincidiendo con la vida laboral.

La clase social predominante es media-alta, seguida de alta, por lo que el nivel de vida de este segmento será elevado. Su vida se desarrolla en un ámbito urbano, en las grandes ciudades o capitales de provincia.

Perfil Yuppies 1990

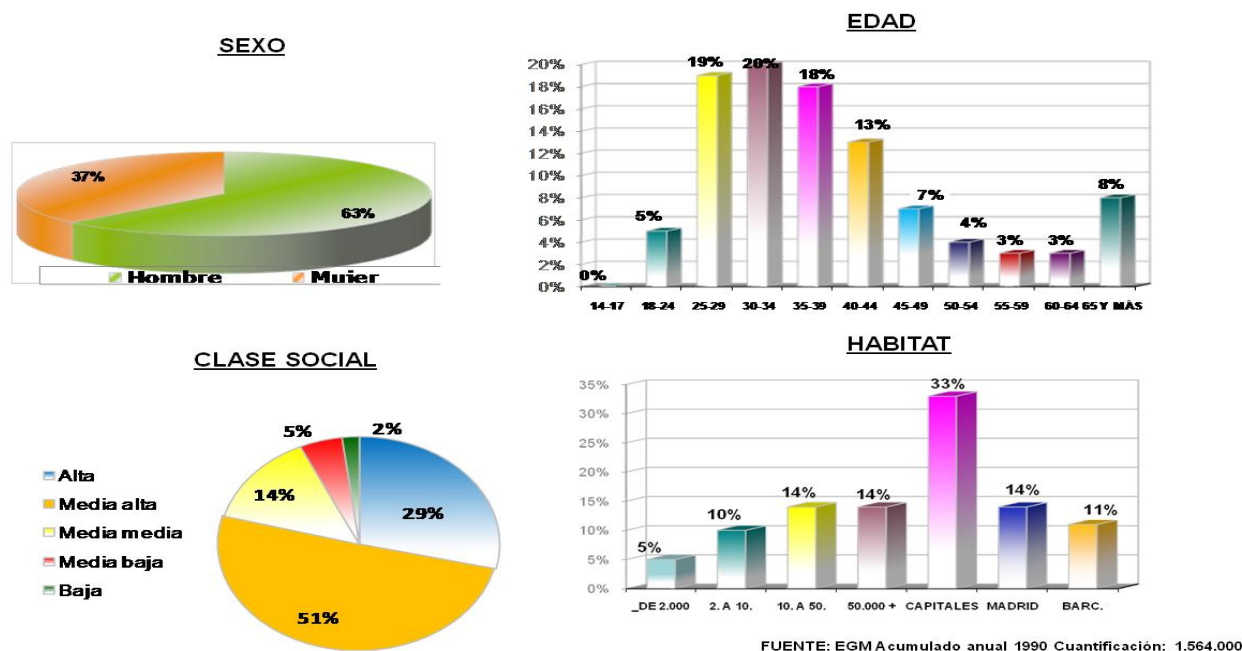
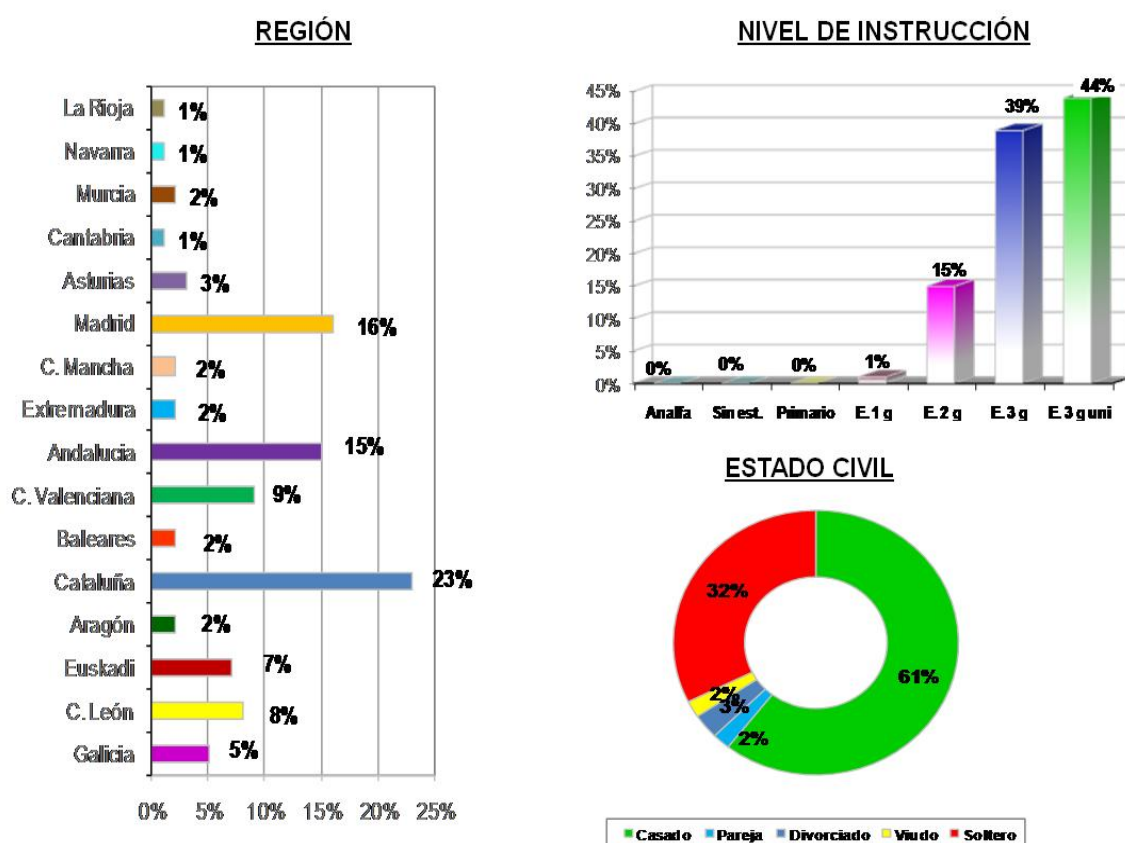


Gráfico 33. Perfil Yuppies 1990. Edad-Sexo-Clase social-Habitat

Las regiones de España que concentran el mayor número de “Yuppies” son Comunidad Catalana, Madrid y Andalucía. Y este segmento tiene un nivel de estudios medio-alto (titulaciones medias y universitarias). Estado civil predominante es casado (61%). Los estados civiles de soltero con un (32%).

Siguiendo la línea del estudio, destacamos en el análisis del perfil de “Yuppies”, que las regiones donde predominan son Cataluña, Madrid (como decíamos antes es un grupo social urbano) El nivel de instrucción es elevado, destacando estudios de 3er. Grado y universitarios / en el año 1990 este es el baremo de grados de estudios que presentaba EGM).El estado civil es mayoritariamente casado, por lo que podemos decir que este segmento tiene una mentalidad tradicional.

Perfil Yuppies 1990



FUENTE: EGM A acumulado anual 1990 Cuantificación: 1.564.000

Gráfico 34. Perfil Yuppies 1990. Región-Nivel de Instrucción- Estado civil

5.3.2. Estilo de vida.

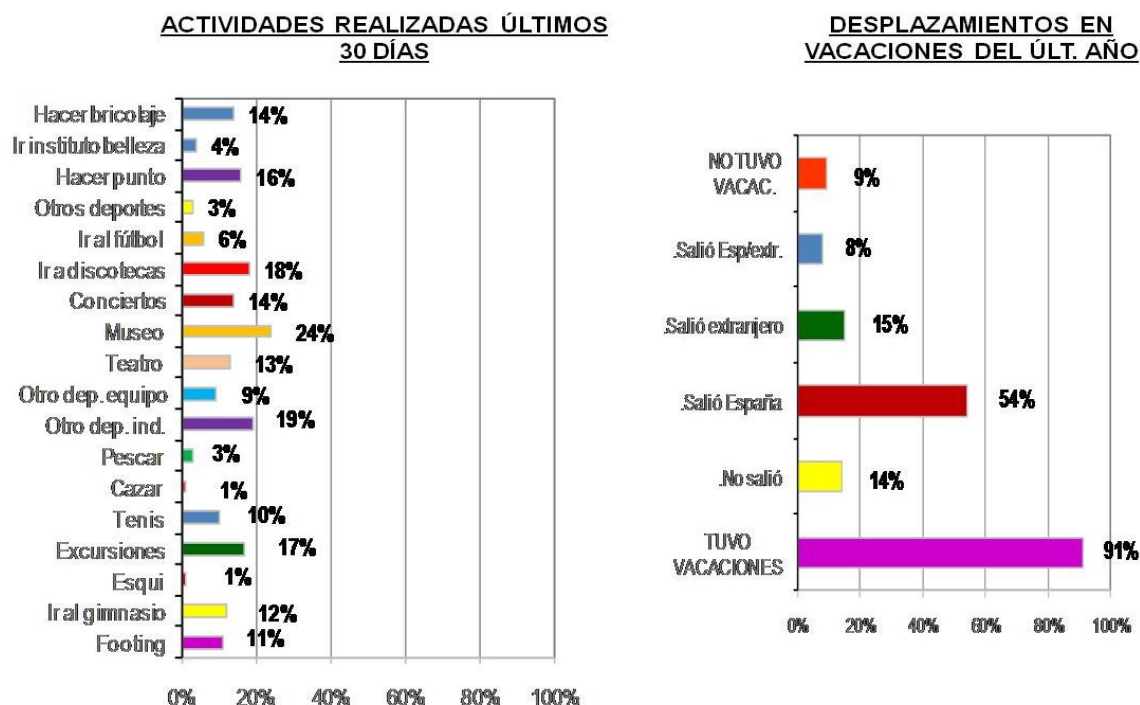
Las actividades que los “Yuppies” realizan en el año 1990, serían las que aparecen en el siguiente gráfico, destacando actividades relacionadas con la vida social, como: Ir a museos, ir a discotecas, realizar deportes. Destacamos el elevado porcentaje que realiza actividades de bricolaje.

Respecto a los desplazamientos en vacaciones del último año, destacamos que el 91% de este colectivo tuvo vacaciones, el 54% salió de vacaciones en España, y el 15% al extranjero.

El estilo de vida de los “Yuppies” está muy relacionado con su nivel económico y cultural, destacando actividades como los deportes o actividades culturales como visitar museos, ir a conciertos.

Un porcentaje muy amplio sale de vacaciones, lo que indica su poder adquisitivo, y los medios de transporte que suelen utilizar son el coche y el avión.

Estilo de vida Yuppies 1990

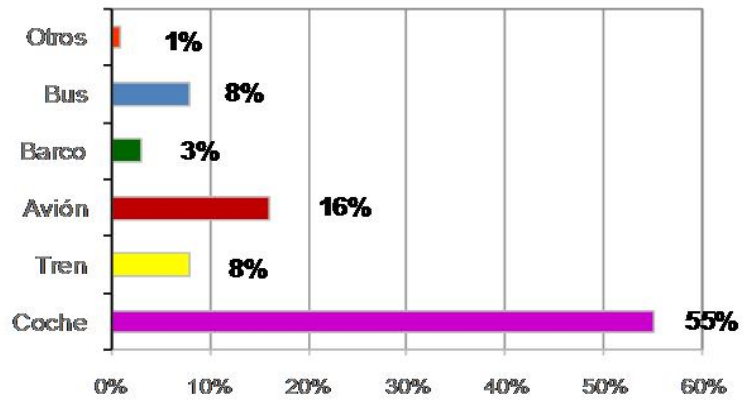


FUENTE: EGM3er. Año móvil 1990 Cuantificación: 1.564.000

Gráfico 35. Estilo de vida Yuppies 1990. Actividades-Desplazamientos

Estilo de vida Yuppies 1990

MEDIOS DE TRANSPORTE VACACIONES



FUENTE: EGM 3er. Año móvil 1990 Cuantificación: 1.564.000

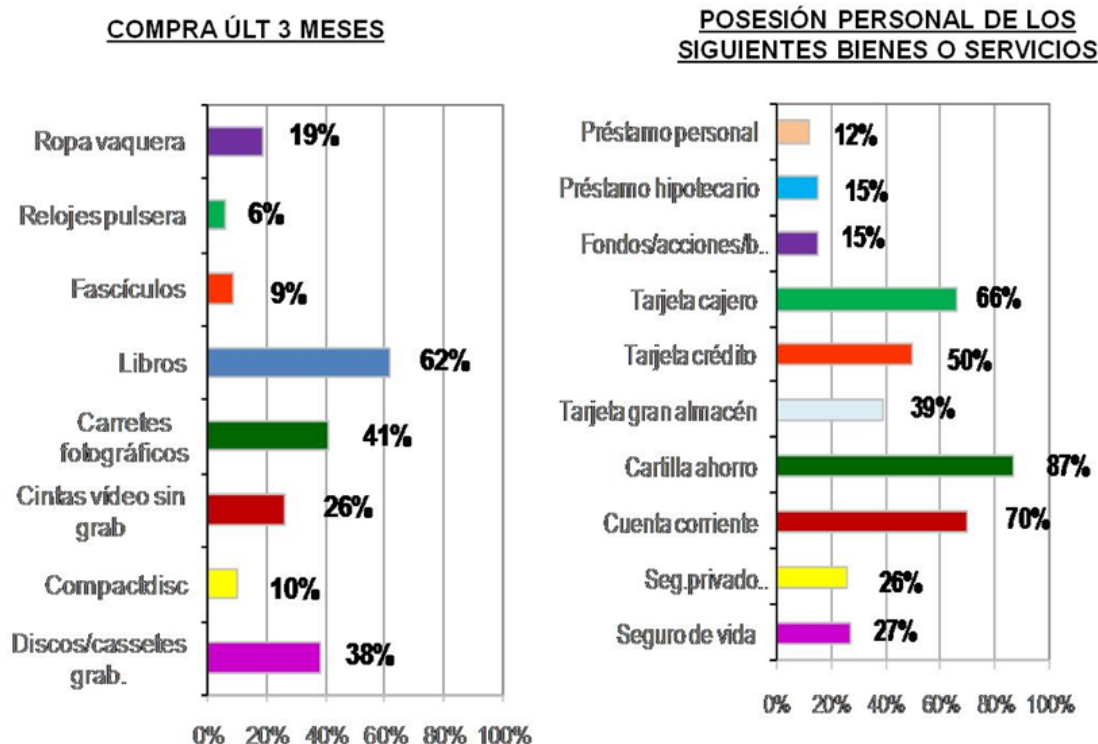
Gráfico 36. Estilo de vida Yuppies 1990. Medios de transporte

Si analizamos el consumo que realiza este segmento, podemos destacar las actividades de ocio como la lectura, la fotografía o la música, ya que el porcentaje que consume libros, compactdisc y carretes fotográficos es elevado.

Respecto a la posesión de bienes financieros, destacamos la cartilla de ahorro, cuenta corriente las tarjetas del cajero y las de crédito.

Las conclusiones que podemos deducir al analizar el consumo de este segmento es que su consumo esta relacionado con su nivel económico, destinando una importante cantidad de dinero al consumo de bienes de ocio. También debido a esta situación económica pueden permitirse realizar inversiones en productos financieros.

Estilo de vida Individuos Yuppies 1990



FUENTE: EGM 3er. Año móvil 1990 Cuantificación: 1.564.000

Gráfico 37. Estilo de vida Yuppies 1990. Compras-Poseción bienes

5.4. Los "Yuppies" en 1995.

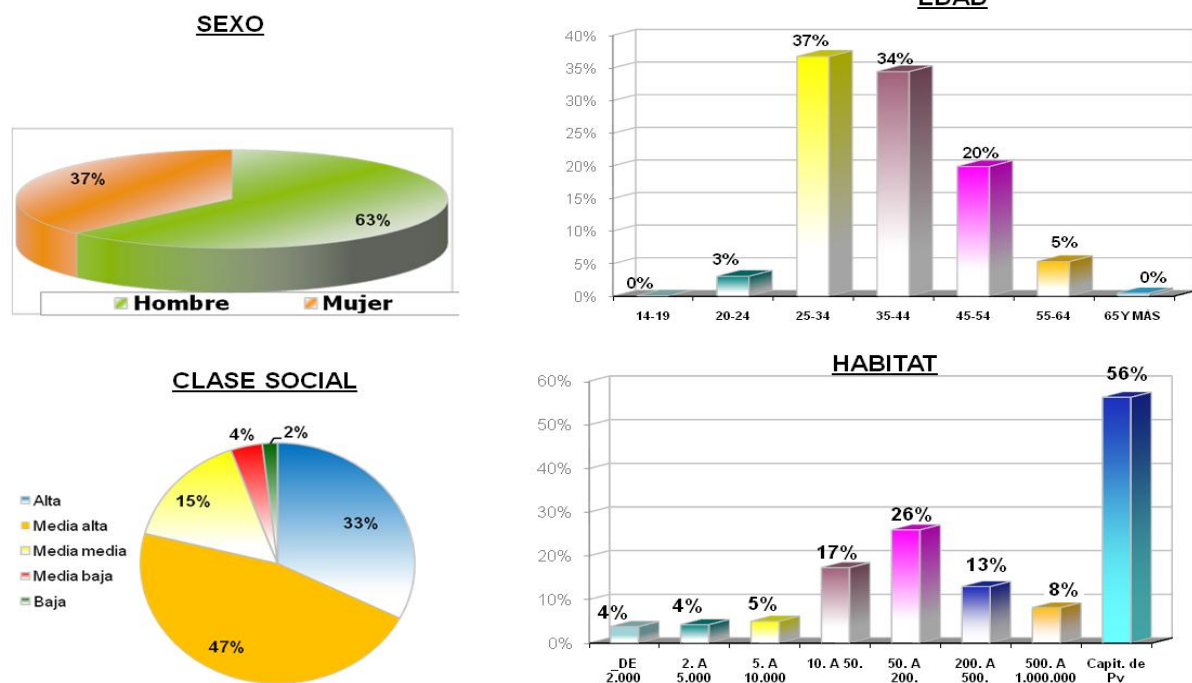
5.4.1. Perfil sociodemográfico.

Si analizamos este grupo social, utilizando la fuente de EGM (3er. año móvil 1995), podemos ver que hay un mayor porcentaje de hombres (63%) que de mujeres (37%), que las edades donde se centra mayoritariamente es de 25-44 años, de clase social media-alta y alta, y en hábitat de más de 10.000 habitantes y destacando las capitales.

Las conclusiones que podemos extraer de este apartado, es que el segmento Yuppie se caracteriza por ser mayoritariamente masculino, joven de 25 a 44 años, aunque también encontramos un porcentaje importante en el tramo de edad de 45-54, por lo que el margen de edad es muy amplio, coincidiendo con la vida laboral.

La clase social predominante es media-alta, seguida de alta, por lo que el nivel de vida de este segmento será elevado. Su vida se desarrolla en un ámbito urbano, en las grandes ciudades o capitales de provincia.

Perfil Yuppies 1995



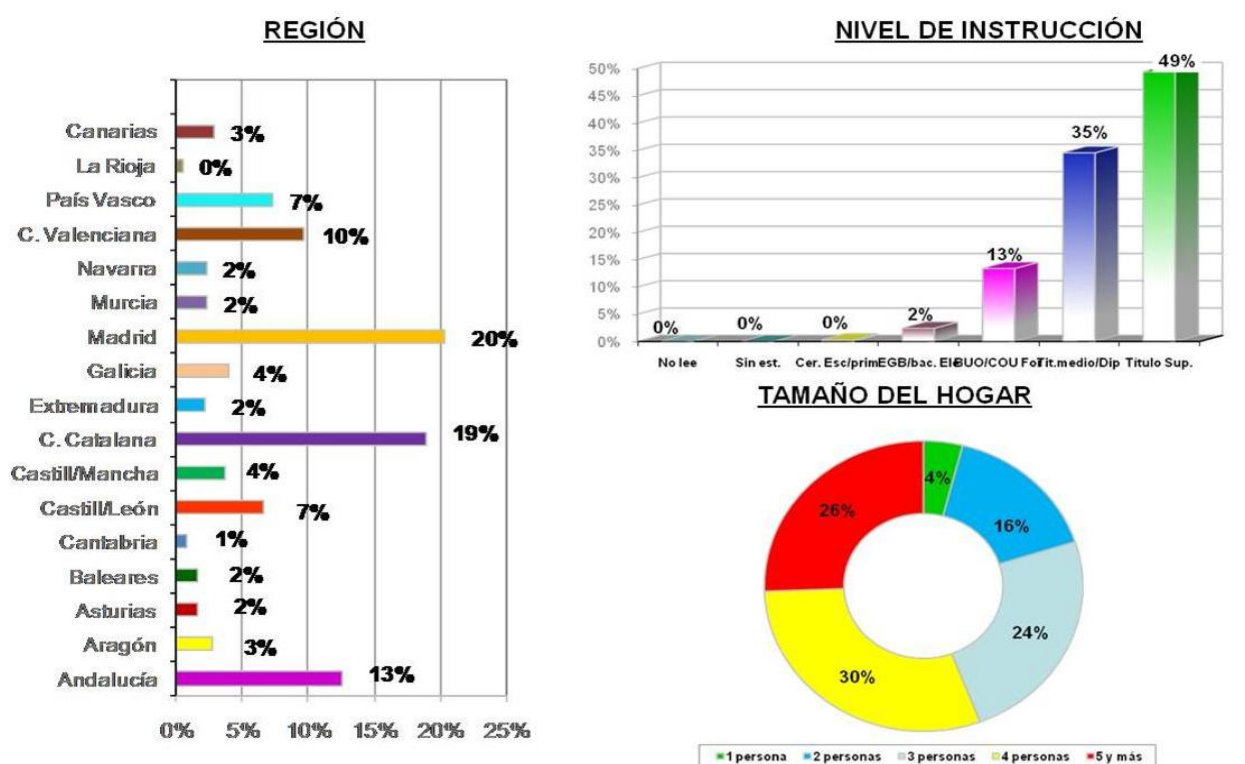
FUENTE: EGM 3er. Año móvil 1995 Cuantificación: 1.546.000

Gráfico 38. Perfil Yuppies 1995. Sexo-Edad-Clase social-Hábitat

Las regiones de España que concentran el mayor número de “Yuppies” son Madrid, la Comunidad Catalana, Andalucía, y la Comunidad Valenciana. El nivel de estudios que destaca es universitario, seguido de titulación media o superior.

En este periodo EGM no contempla las variables estado civil, si no nº de personas en el hogar, destacando los hogares formados por 4 individuos.

Perfil Yuppies 1995



FUENTE: EGM 3er. Año móvil 1995 Cuantificación: 1.546.000

Gráfico 39. Perfil Yuppies 1995. Región-Nivel de instrucción-Tamaño del hogar

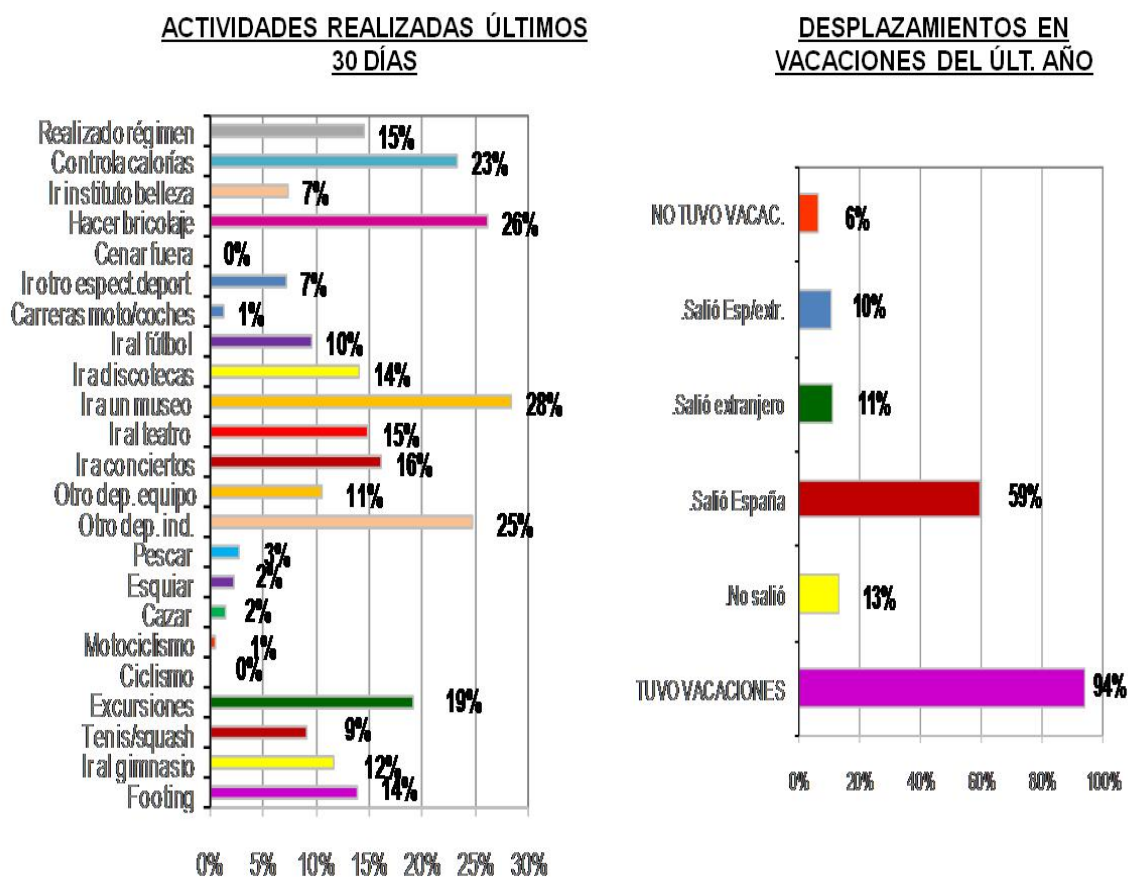
5.4.2. Estilo de vida.

Las actividades que los “Yuppies”, serían las que aparecen en el siguiente grafico, destacando actividades, como: Ir a museos, realizar deportes. También aparecen actividades relacionadas con el hogar como el bricolaje.

Respecto a los desplazamientos en vacaciones del último año, destacamos que el 94% de este colectivo tuvo vacaciones, el 59% salió de vacaciones en España, y el 11% al extranjero. Y los medios de transporte utilizados por sus desplazamientos son el coche y el avión. El estilo de vida está muy relacionado con su nivel económico y cultural, destacando actividades como los deportes o actividades culturales como visitar museos, ir a conciertos.

Un porcentaje muy amplio sale de vacaciones, lo que indica su poder adquisitivo, ya que el medio de transporte que suelen utilizar es el avión.

Estilo de vida Yuppies 1995

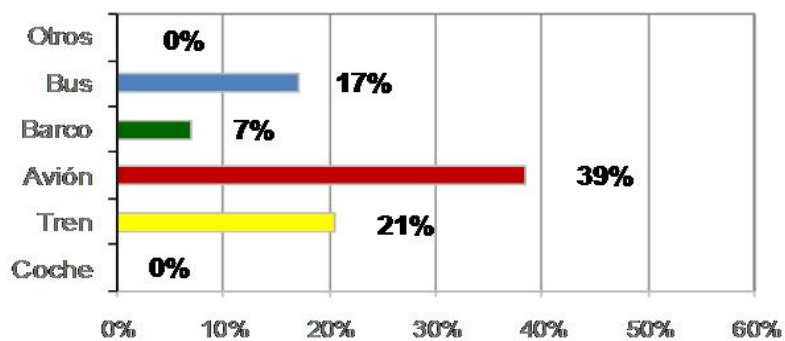


FUENTE: EGM 3er. Año móvil 1995 Cuantificación: 1.546.000

Gráfico 40. Estilo de vida Yuppies 1995. Actividades-Desplazamientos.

Estilo de vida Yuppies 1995

MEDIOS DE TRANSPORTE VACACIONES



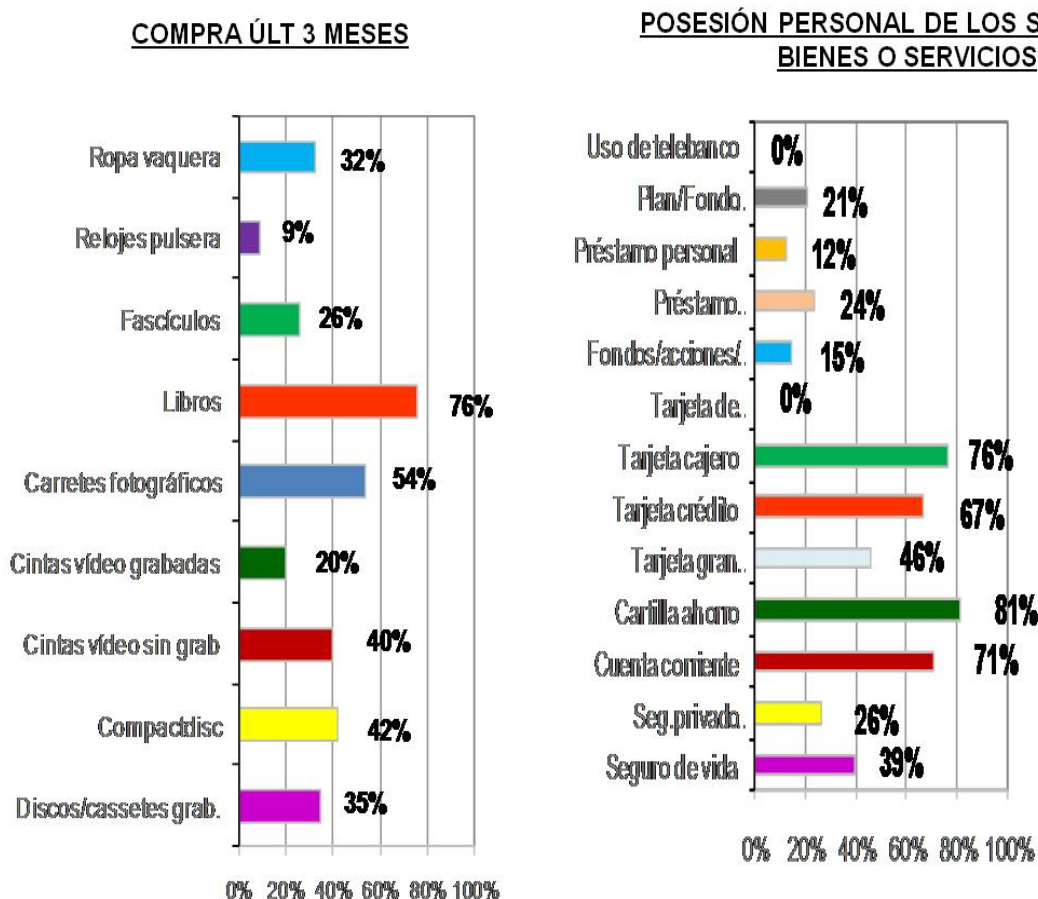
FUENTE: EGM 3er. Año móvil 1990 Cuantificación: 1.564.000

Gráfico 41. Estilo de vida Yuppies 1995. Medios de transporte.

Si analizamos el consumo que realiza este segmento, podemos destacar las actividades de ocio como la lectura, la fotografía o la música, ya que el porcentaje que consume libros, compactdisc y juguetes es elevado. Respecto a la posesión de bienes financieros, destacamos la cartilla de ahorro, cuenta corriente, las tarjetas del cajero y las de crédito.

El consumo esta relacionado con su nivel económico, destinando una importante cantidad de dinero al consumo de bienes de ocio. También debido a esta situación económica pueden permitirse realizar inversiones en productos financieros.

Estilo de vida Yuppies 1995



FUENTE: EGM 3er. Año móvil 1995 Cuantificación: 1.546.000

Gráfico 42. Estilo de vida Yuppies 1995. Compras-Poseción bienes.

5.5. Los “Yuppies” en relación a la población general >25 años.

5.5.1. En cuanto Perfil sociodemográfico.

El segmento definido como “Yuppies”, ha sido analizado y comparado en 2 momentos diferentes, en sus comienzos 1990 y en 1995. Ahora queremos ver cuáles son las diferencias y las coincidencias de este segmento estudiado, frente a un grupo genérico de la sociedad (hemos definido este grupo como ind. +25 años, para tener un nivel e comparación similar).

Respecto a la distribución de estos grupos según el sexo, en Individuos >25 hombre y mujer estar casi en un 50%, mientras que en el segmento de “Yuppies” predominan los hombres con un porcentaje del 63% frente al 37% de mujeres.

Las conclusiones que podemos extraer de estos gráficos son las siguientes: El sexo masculino predomina en el segmento de “Yuppies” (éxito laboral en un mundo donde el sexo masculino es relevante).

Encontramos diferencias en la edad. En el segmento de individuos >25 años la población se distribuye de una manera lineal. Mientras que en los “Yuppies”, vemos como los porcentajes mayores se encuentran en los segmentos de 25-34 años y de 35-44 años (coincidiendo con la vida laboral).

Comparación Ind. >25 - Yuppies 1995

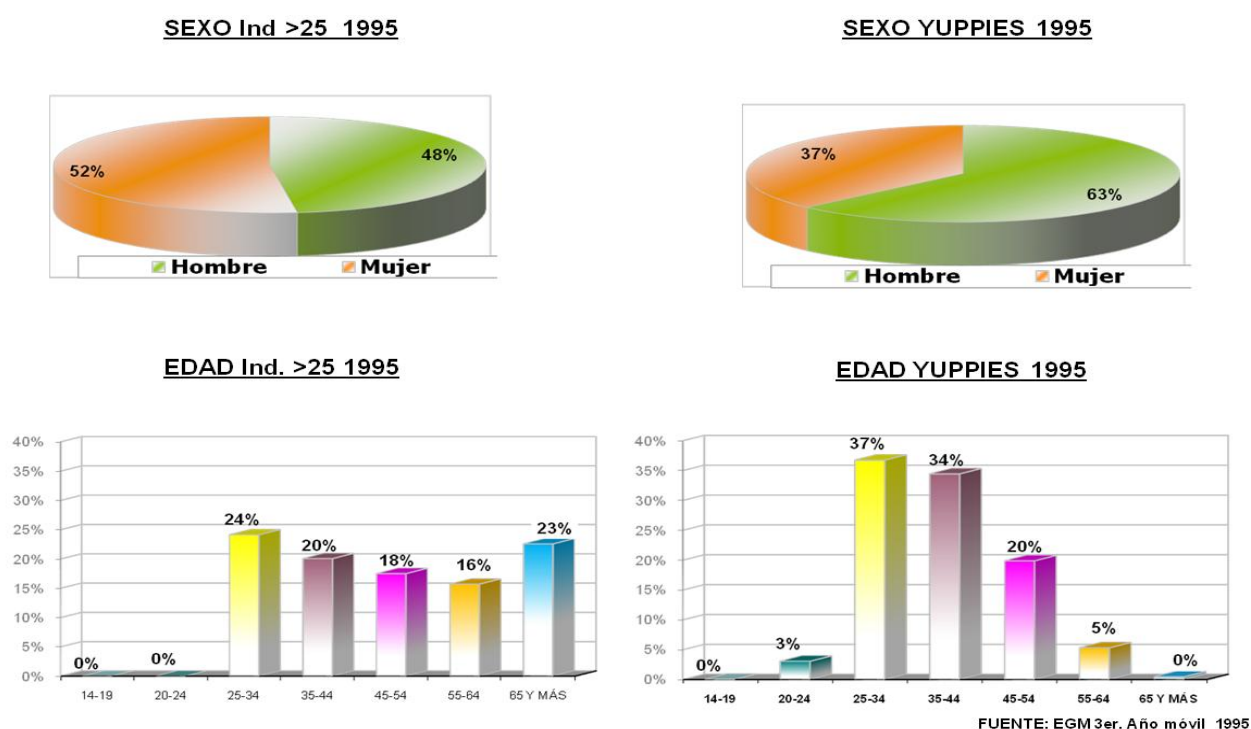
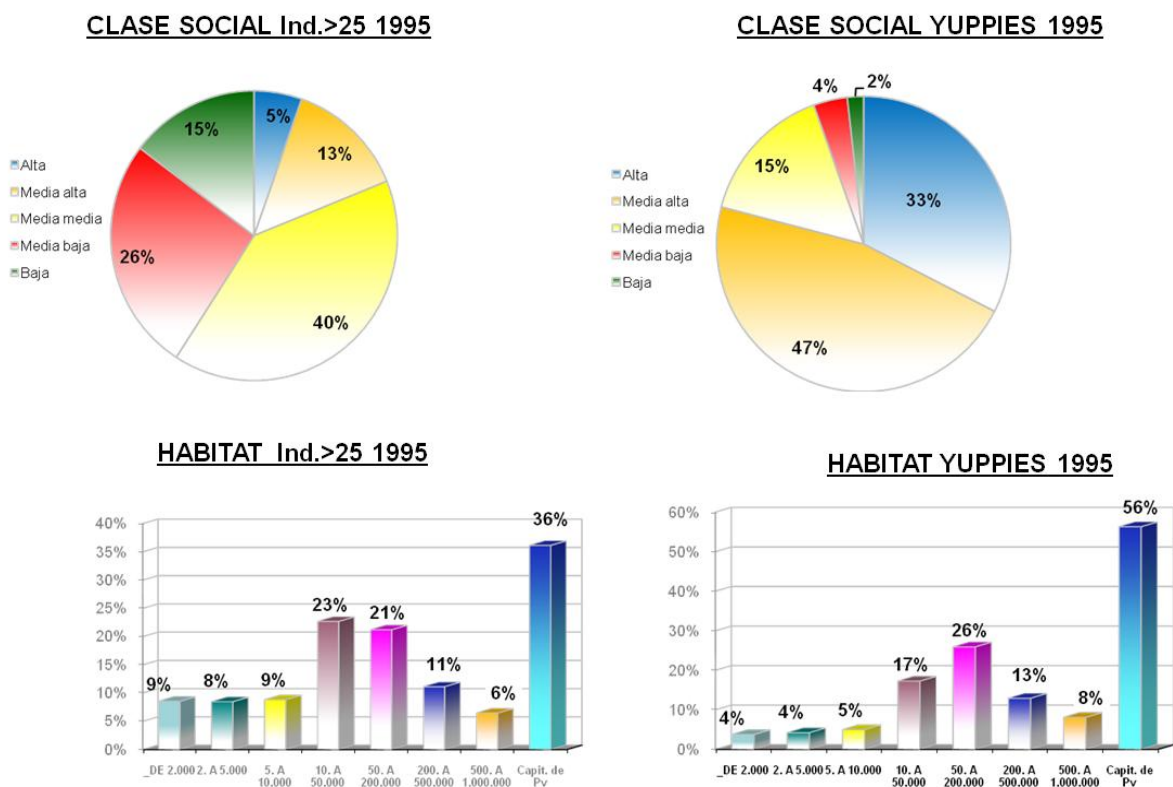


Gráfico 43. Comparación Ind.> 25-Yuppies 1995. Sexo-Edad

Destacamos de la clase social de los 2 grupos analizados, que en In. >25, la clase predominante es media-media y media-baja, mientras que en el grupo de “Yuppies” predominan la clase social media-alta y alta. Como hemos estado observando, el segmento “Yuppies” está por encima de la media en su nivel de vida, por lo que los porcentajes son mayores en estas clases sociales.

Respecto al hábitat es destacable el mayor porcentaje que hay en las capitales en el segmento de “Yuppies” (un 56%) respecto a individuos +25 (un 36%). Los “Yuppies” centran su hábitat en ciudades grandes o capitales de provincia ya que en este hábitat es donde desarrollan sus actividades profesionales, y como hemos visto es importante para ellos.

Comparación Ind. >25 - Yuppies 1995



FUENTE: EGM 3er. Año móvil 1995

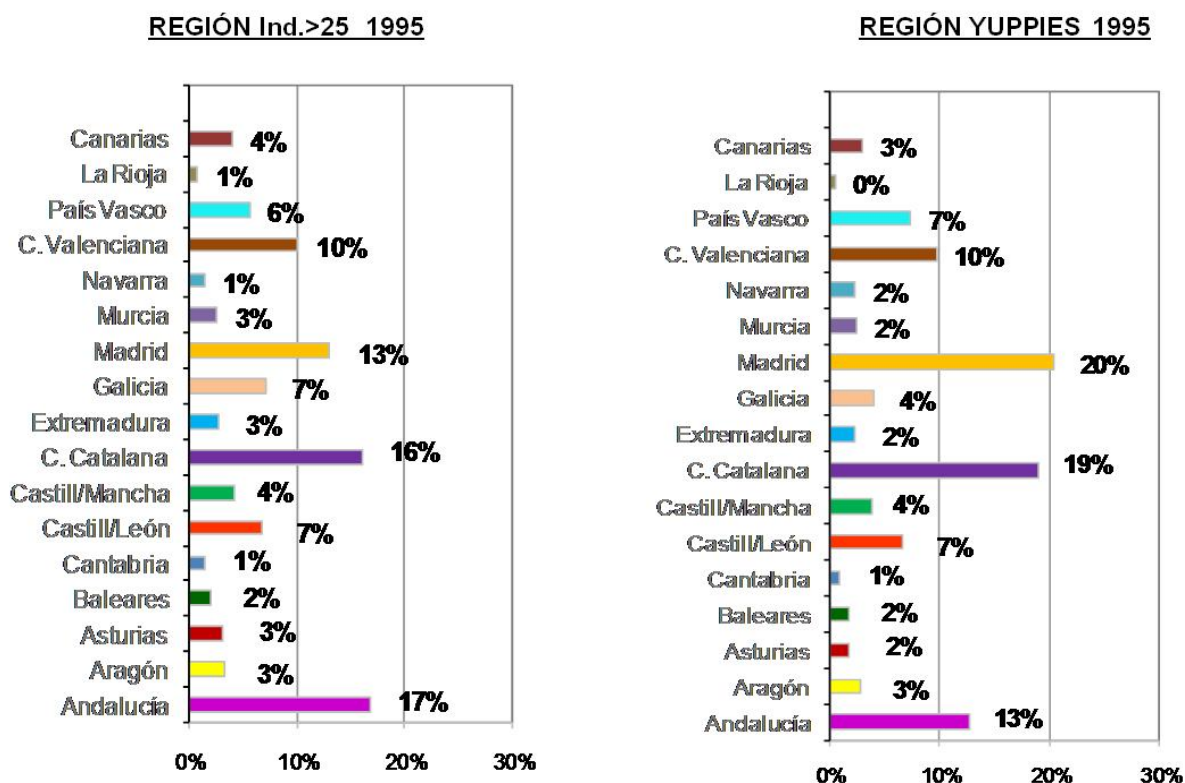
Gráfico 44. Comparación Ind.> 25-Yuppies 1995. Clase social-Hábitat

Observando la Región, vemos que la distribución es muy similar en ambos segmentos, aunque hay que destacar que en el grupo de “Yuppies”, Madrid y C. Catalana tienen un mayor porcentaje. La razón es la que comentábamos al analiza el hábitat.

En el nivel de instrucción si vemos diferencias, los “Yuppies” tienen un nivel de instrucción superior al grupo social Ind>25, aumentando notablemente los porcentajes en titulados medios y superiores. Destacamos la mayor formación académica del segmento yuppie frente a Ind >25.

Analizando el tamaño del hogar vemos que los porcentajes son muy similares, destacando que el segmento de “Yuppies”, los hogares con 4 personas tienen un porcentaje superior a Ind.>25.

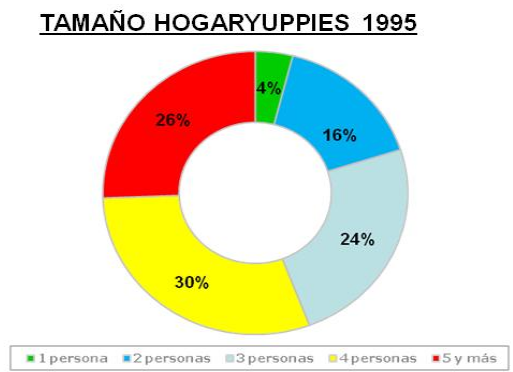
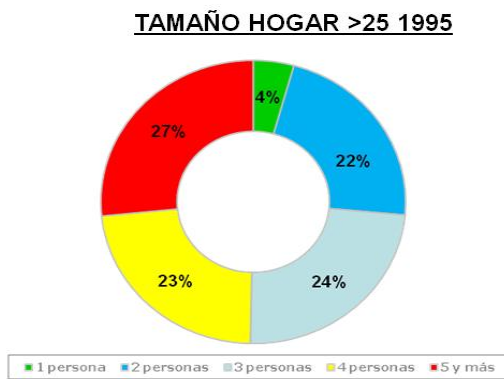
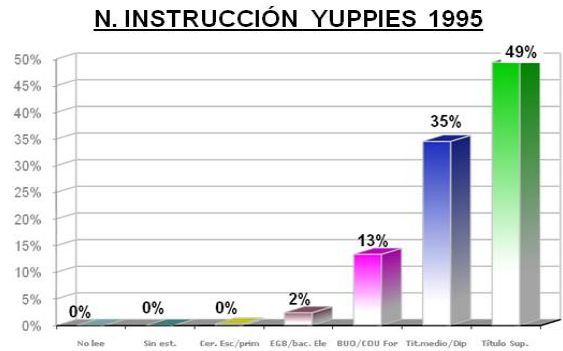
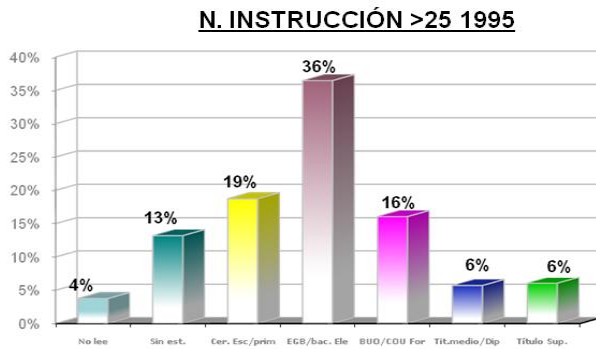
Comparación Ind. >25 – Yuppies 1995



FUENTE: EGM 3er. Año móvil 1995

Gráfico 45. Comparación Ind.> 25-Yuppies 1995. Región

Comparación Ind. >25 - Yuppies 1995



FUENTE: EGM 3er. Año móvil 1995

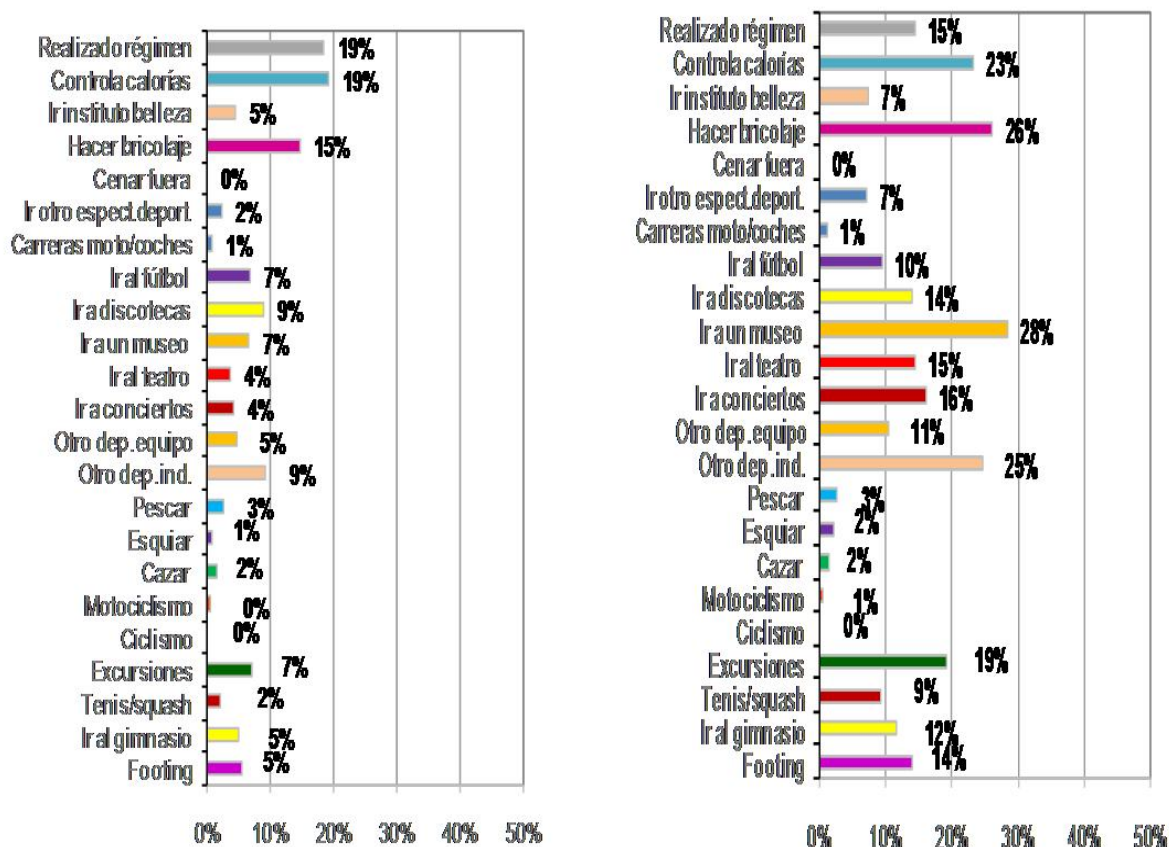
Gráfico 46. Comparación Ind.> 25-Yuppies 1995. Nivel de instrucción-Tamaño del hogar

5.5.2. En cuanto al Estilo de vida.

Si analizamos las actividades realizadas por los dos grupos sociales estudiados, Ind. >25 frente a “Yuppies” podemos ver como los “Yuppies” tienen un porcentaje mayor en actividades relacionadas con el ocio como: ir a museos, ir a discotecas, ir a conciertos. También se cuidan más que los Ind.>25, ya que los porcentajes de las siguientes actividades y deportes es superior en los “Singles”: excursiones, tenis, ir al gimnasio, hacer footing, practicar deportes individuales y en equipo.

Comparación Ind. >25 - Yuppies1995

ACTIVIDADES REALIZADAS ÚLTIMOS 30 DÍAS



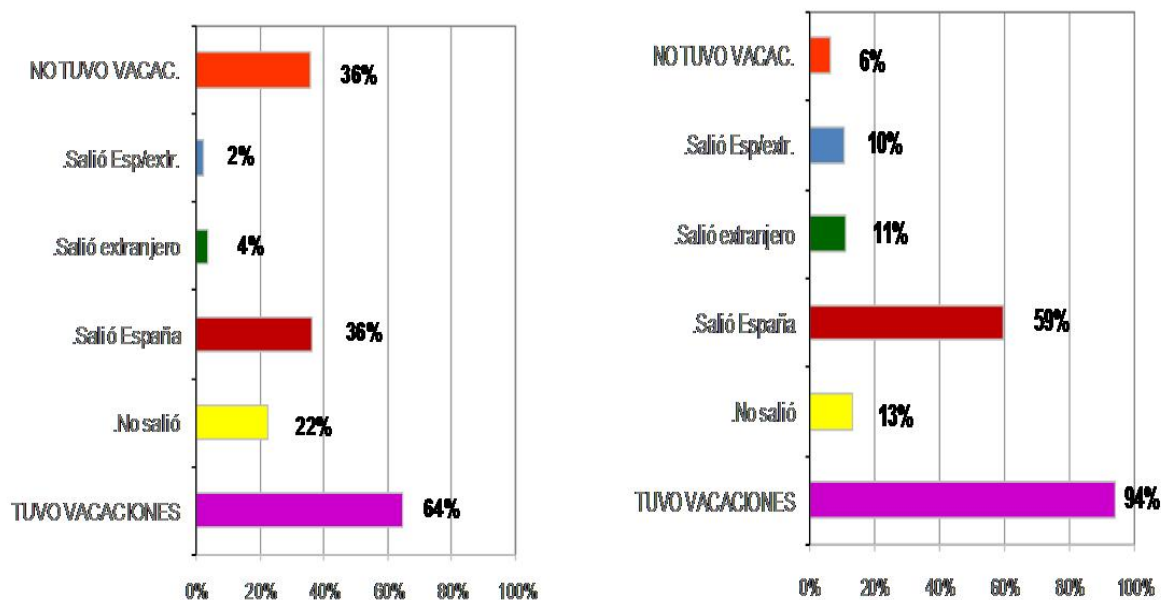
FUENTE: EGM 3er. Año móvil 1995

Gráfico 47. Comparación Ind.> 25-Yuppies 1995. Actividades realizadas.

Respecto a los desplazamientos en vacaciones del último año, destacamos el mayor porcentaje de personas que tuvieron vacaciones en el grupo de “Yuppies” (un 94%) respecto a Ind. >25 (64%), también es superior el porcentaje que salieron al extranjero (un 10%) respecto a Ind. >25. Los medios de transporte utilizados por los “Yuppies” para sus desplazamientos destacamos el avión en el (39%) frente al (12%) de los Ind.>25.

Comparación Ind. >25 - Yuppies 1995

DESPLAZAMIENTOS EN VACACIONES DEL ÚLT. AÑO

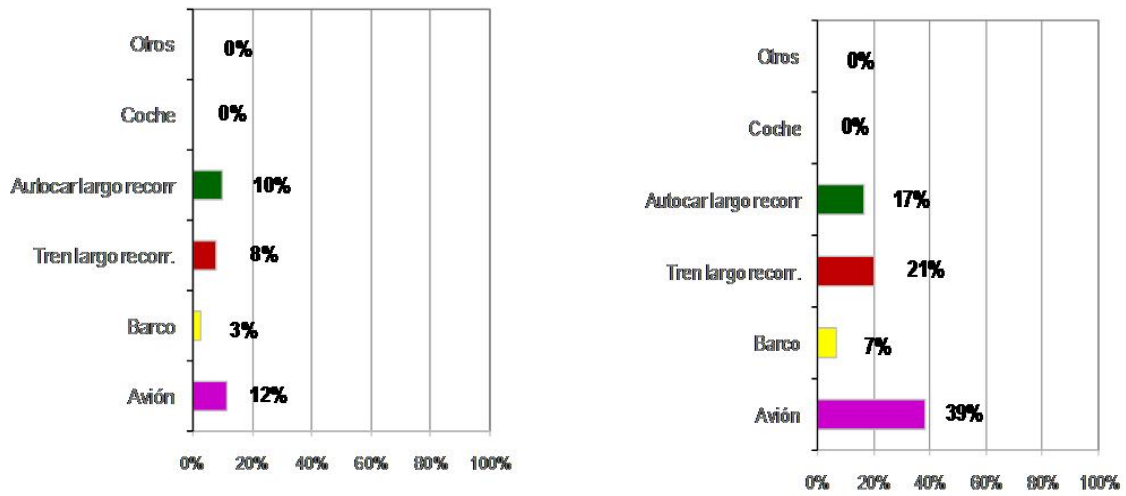


FUENTE: EGM 3er. Año móvil 1995

Gráfico 48. Comparación Ind.> 25-Yuppies 1995. Desplazamientos en vacaciones.

Comparación Ind. >25 - Yuppies 1995

MEDIOS DE TRANSPORTE EN VIAJES LARGOS USADOS EN EL ÚLTIMO AÑO



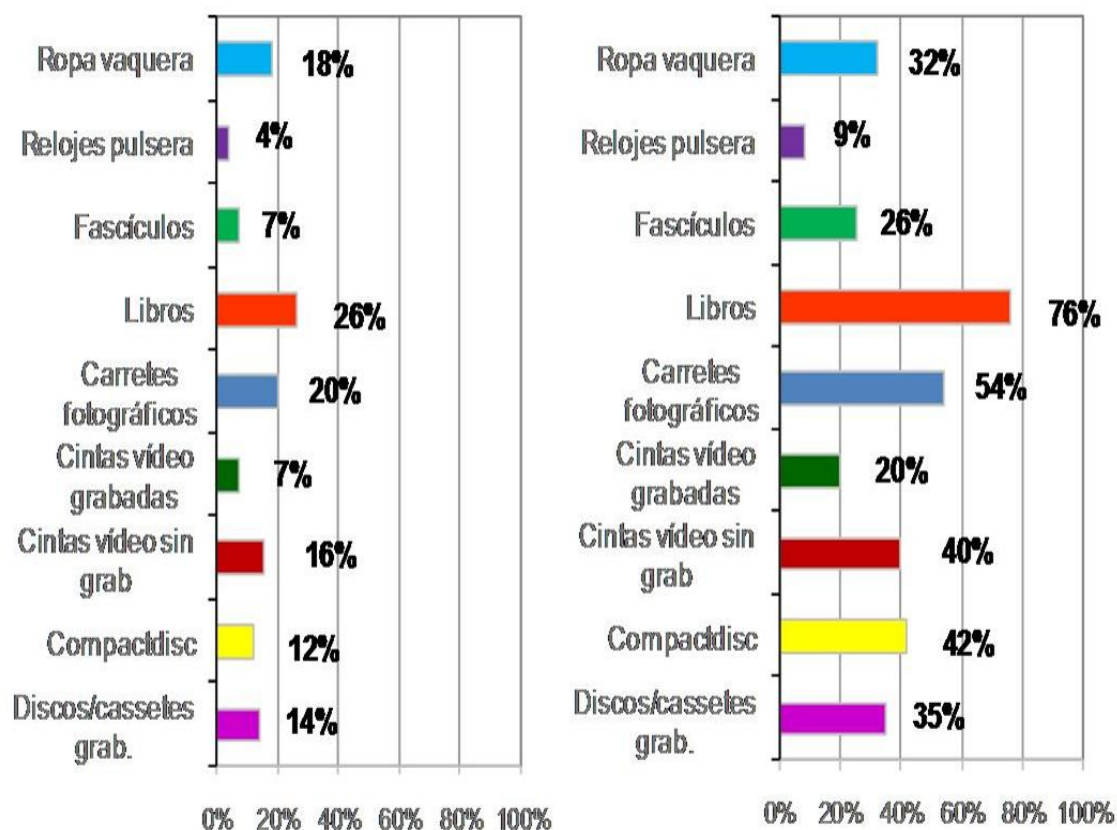
FUENTE: EGM 3er. Año móvil 1995

Gráfico 49. Comparación Ind.> 25-Yuppies 1995. Medios de transporte.

Al comparar los grupos sociales, Ind.>25 frente a “Yuppies” podemos ver como las compras realizadas en el año 1995 tienen las siguientes diferencias: Los “Yuppies” tienen un porcentaje de compras bastante más elevadas que los Ind. >25 en casi todos los productos, destacando libros, fascículos, productos de fotografía, cintas de video y música. Debemos destacar el nivel económico superior de los “Yuppies”, por lo que explicamos su consumo superior al del segmento comparado.

Comparación Ind. >25 - Yuppies 1995

COMPRA ÚLT 3 MESES



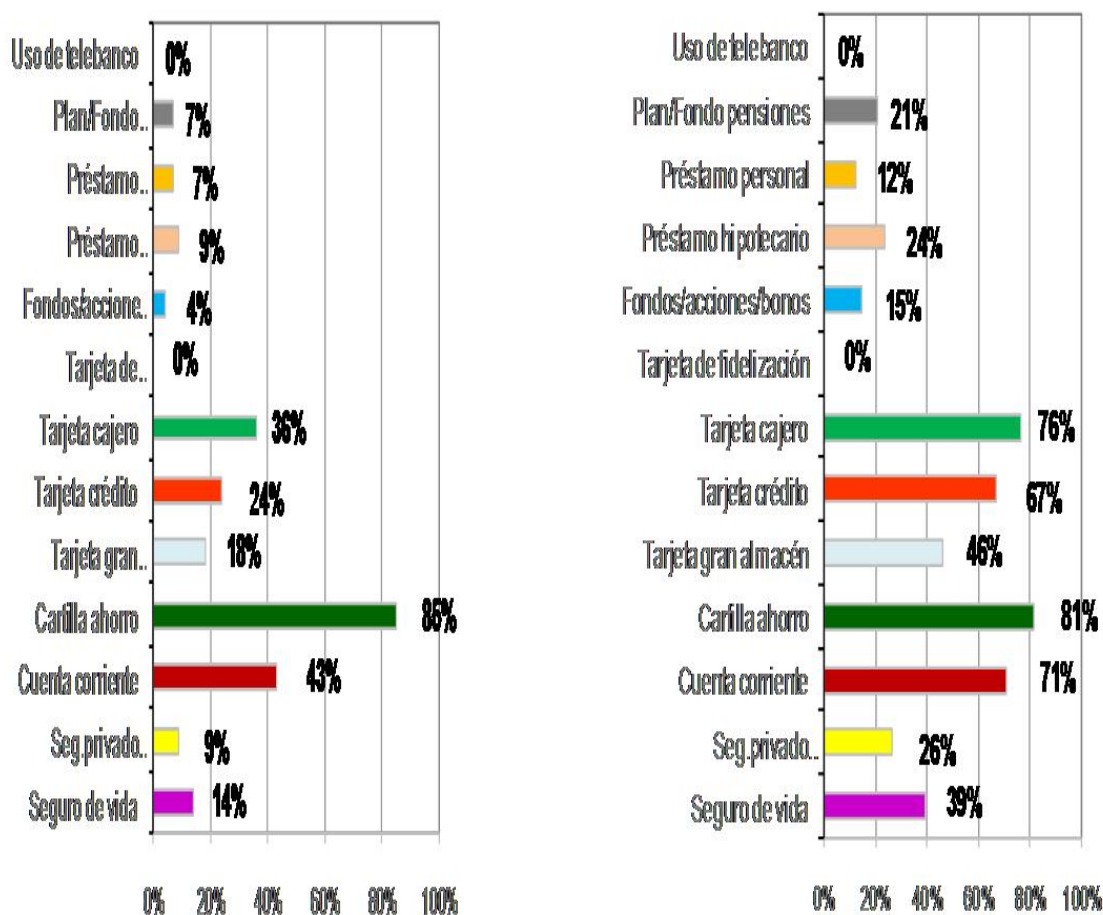
FUENTE: EGM. 3er. Año móvil 1995

Gráfico 50. Comparación Ind.> 25-Yuppies 1995. Compras.

Respecto a la posesión de bienes financieros, destacamos en el análisis del segmento de “Yuppies” mayor porcentaje en préstamos hipotecarios, préstamos personales, tarjetas de cajero y de crédito y cuenta corriente. Y tienen un porcentaje mejor que le Ind>25 en fondos de pensiones, préstamo hipotecario, cartilla de ahorro, seguros de enfermedad y de vida.

Comparación Ind. >25 - Yuppies 1995

POSESIÓN PERSONAL DE LOS SIGUIENTES BIENES O SERVICIOS



FUENTE: EGM 3er. Año móvil 1995

Gráfico 51. Comparación Ind.> 25-Yuppies 1995. Posesión bienes.

5.6. Evolución “Yuppies” desde 1990.

5.6.1. Comparación Perfil sociodemográfico.

Una vez analizados los 2 años donde fijamos el inicio de este colectivo, vamos a analizar cual ha sido su evolución.

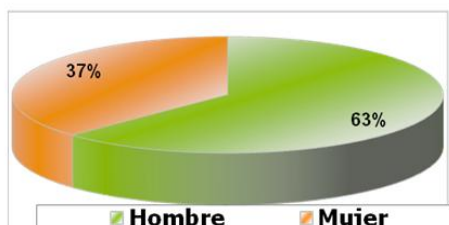
Vemos que en los dos años analizados, el porcentaje de mujeres y hombres es el mismo.

En el año 1995, destacamos que la edad media de los “Yuppies” se eleva respecto al 1990, viendo un notable incremento en la franja de 45-54 años.

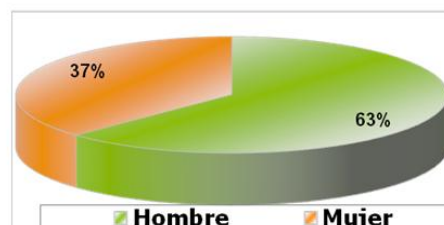
Analizado la evolución de este segmento en los 2 periodos analizados, podemos destacar la evolución de los tramos de edad, ampliándose el porcentaje en el tramo de 24-44 años y notablemente en el tramo de 45-55 años, lo que nos indica la ampliación de la vida laboral “de éxito” para este segmento.

Comparación Yuppies 1990 - 1995

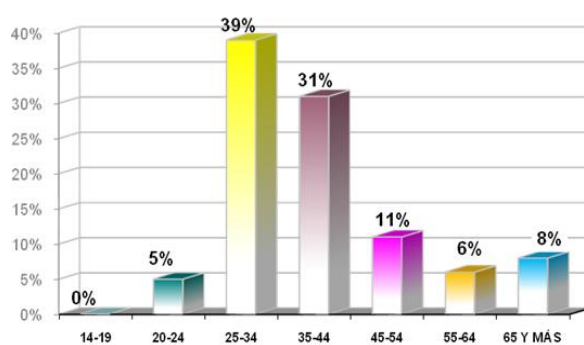
SEXO YUPPIES 1990



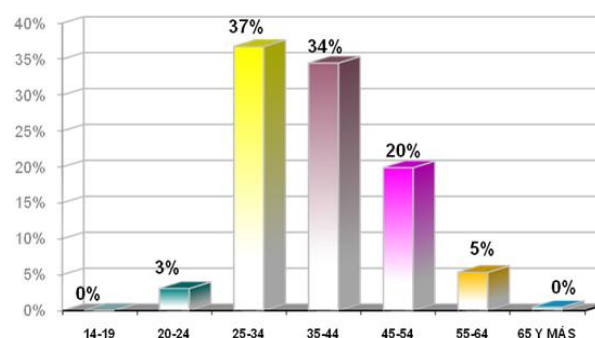
SEXO YUPPIES 1995



EDAD YUPPIES 1990



EDAD YUPPIES 1995



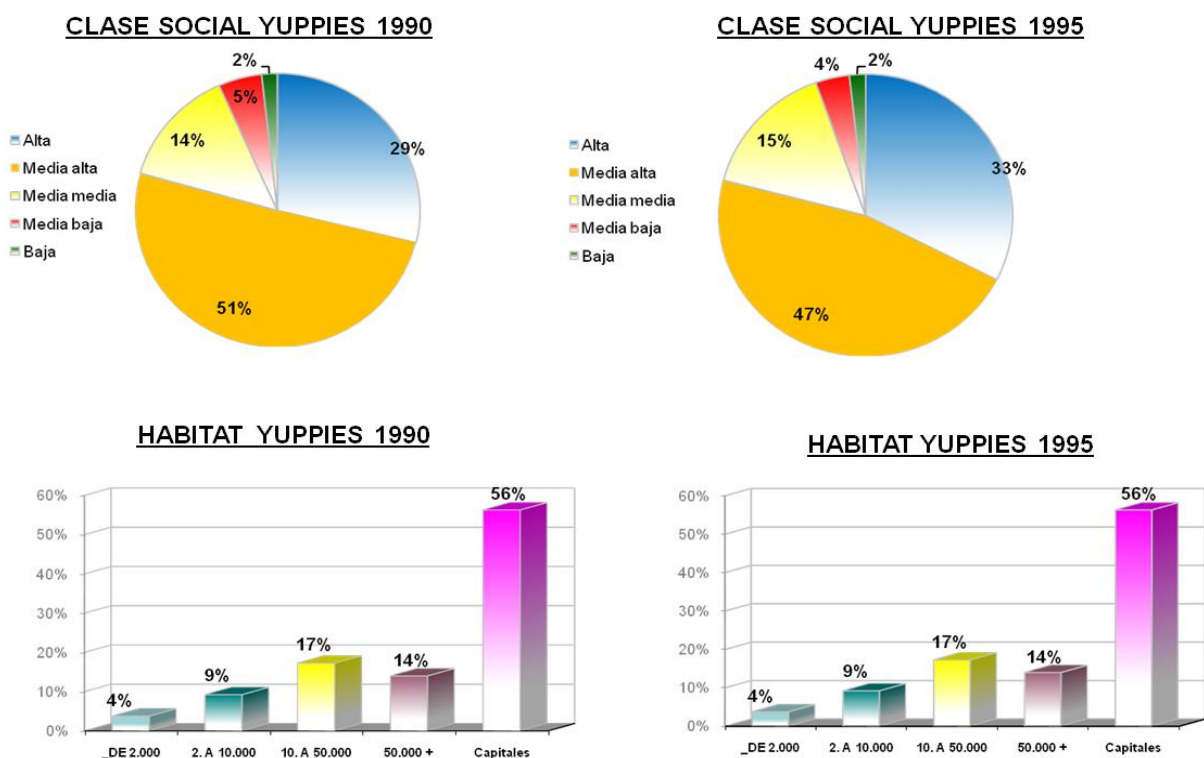
FUENTE: EGM 3er. Año móvil 1990. 3er. Año móvil 1995

Gráfico 52. Comparación Yuppies 1990-1995. Sexo-Edad

También podemos observar como ha aumentado la clase social alta, pasando de un porcentaje del 29% en el 2000 a 9% en 1990, a un 33% en 1995. Vemos como el nivel económico se ha incrementado, aumentando la clase social alta y el nivel de vida.

El hábitat es similar en los 2 años, sin existir diferencias representativas. Y la región muestra incrementos destacables en Madrid, debido a la oferta laboral que ofrece a Los “Yuppies”.

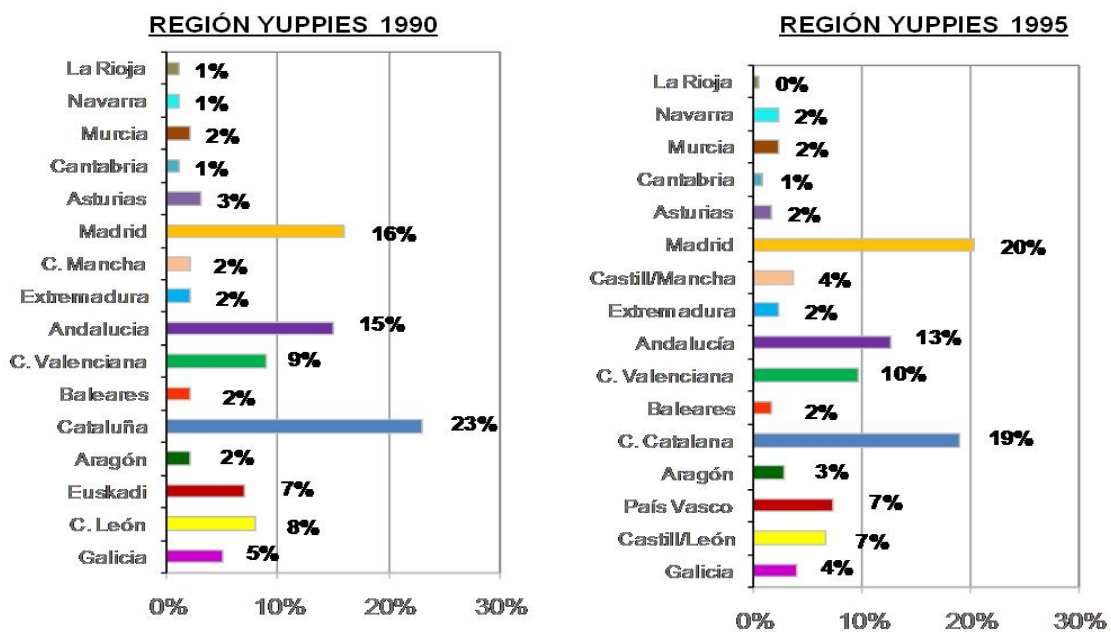
Comparación Yuppies 1990 - 1995



FUENTE: EGM 3er. Año móvil 1990. 3er. Año móvil 1995

Gráfico 53. Comparación Yuppies 1990-1995. Clase social-Habitat

Comparación Yuppies 1990 - 1995



FUENTE: EGM 3er. Año móvil 1990 3er. Año móvil 1995

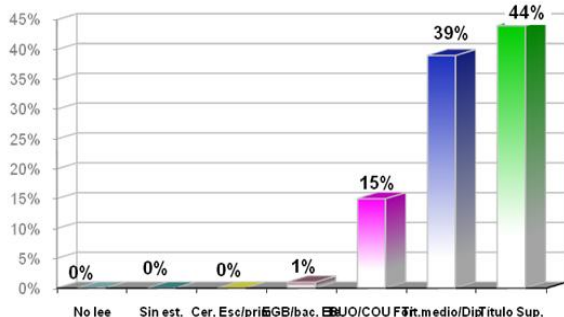
Gráfico 54. Comparación Yuppies 1990-1995. Región.

El nivel de instrucción ha mejorado en el año 1995 respecto al 1990. La formación universitaria ha incrementado su porcentaje, indicándonos la mayor preparación de este grupo.

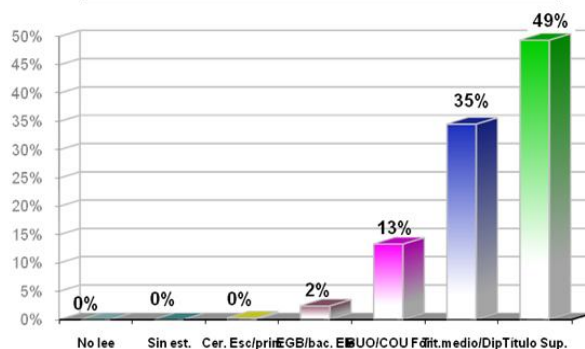
No podemos ver la evolución del estado civil de los “Yuppies”, ya que aunque tenemos datos de su estado civil en 1990, en el año 1995 el dato que nos da EGM es el del tamaño del hogar.

Comparación Yuppies 1990 - 1995

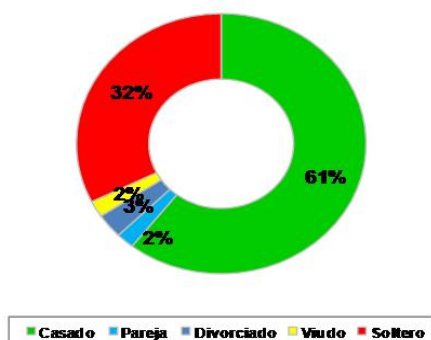
NIVEL DE INSTRUCCIÓN YUPPIES 1990



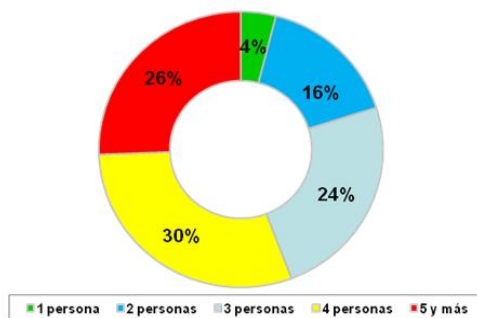
NIVEL DE INSTRUCCIÓN YUPPIES 1995



ESTADO CIVIL YUPPIES 1990



TAMAÑO HOGAR YUPPIES 1995



FUENTE: EGM 3er. Año móvil 1990. 3er. Año móvil 1995

Gráfico 55. Comparación Yuppies 1990-1995. Nivel de instrucción-Tamaño hogar

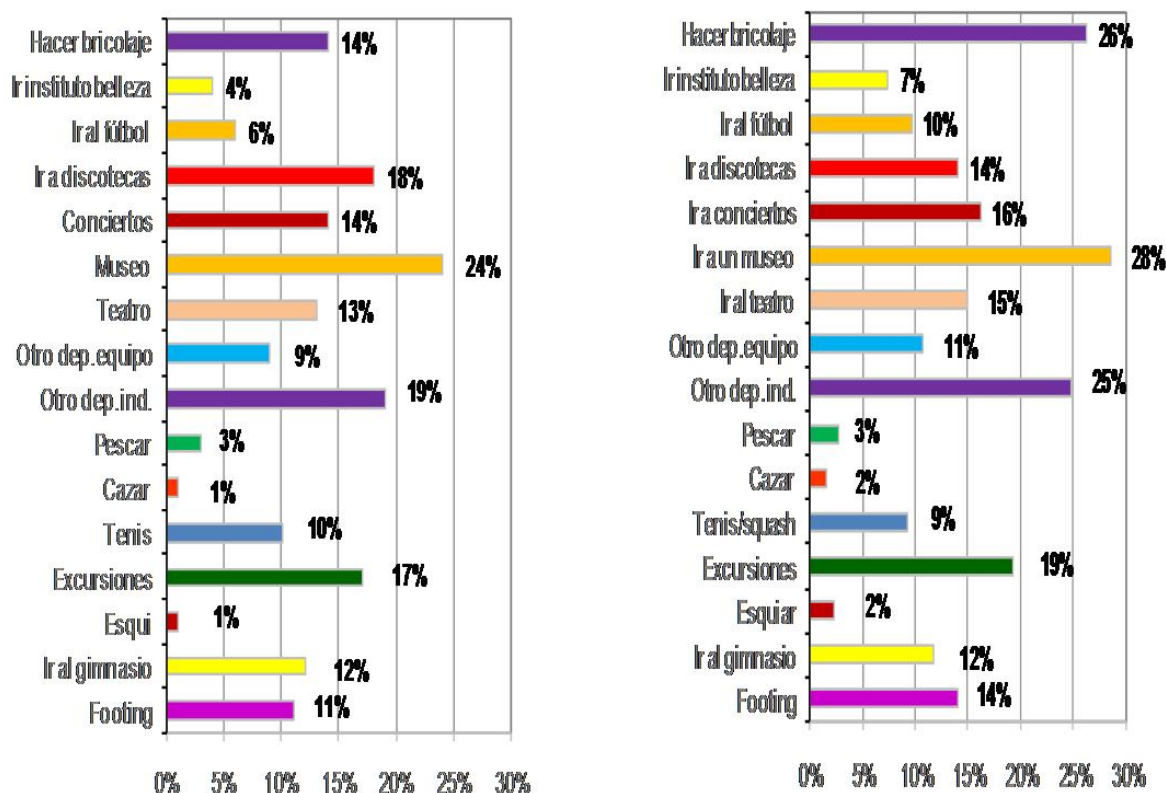
5.6.2. Comparación Estilo de vida.

Al comparar las actividades que los “Yuppies” realizadas en los dos momentos definidos para este estudio, podemos ver cómo ha evolucionado este segmento, incrementando actividades, como: ir a museos, practicar deportes individuales, hacer excursiones, ir a conciertos y al fútbol. Destacamos el incremento que hace bricolaje.

Las actividades relacionadas con el cuidado físico como ir a institutos de belleza también se han incrementado.

Comparación Yuppies 1990 - 1995

ACTIVIDADES REALIZADAS ÚLTIMOS 30 DÍAS



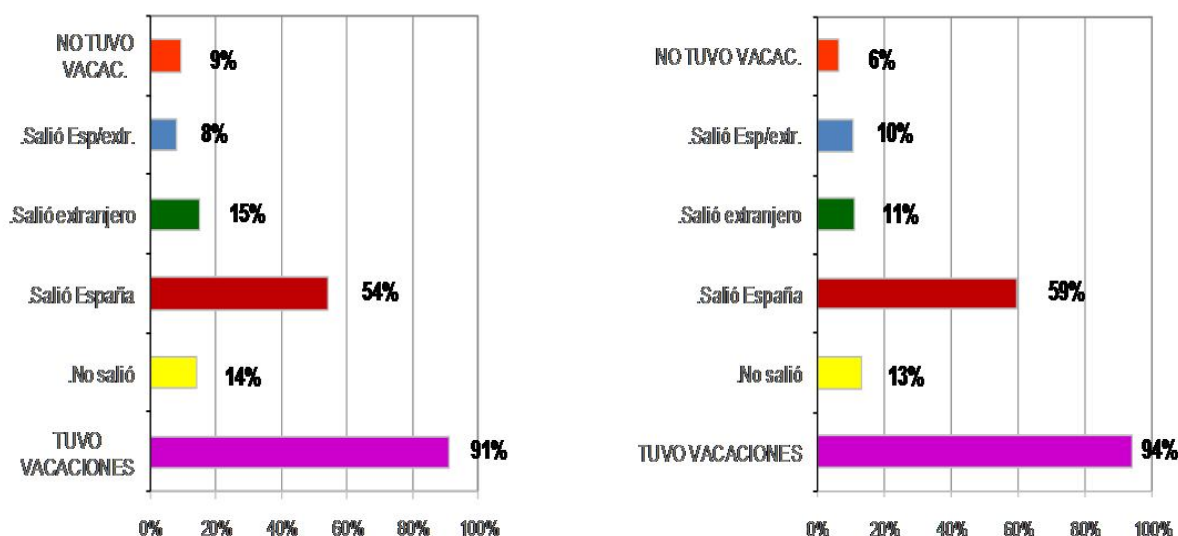
FUENTE: EGM 3er. Año móvil 1990. 3er. Año móvil 1995

Gráfico 56. Comparación Yuppies 1990-1995. Actividades realizadas

Respecto a los desplazamientos en vacaciones, destacamos el aumento de porcentaje de personas que tuvieron vacaciones en el 1995 (un 94%) respecto del 1990(91%), también aumenta el porcentaje de “Yuppies” que salieron de vacaciones en España, disminuyendo los viajes al extranjero. Esta información 1995 (un 10%) respecto del 1990 (8%). Destacamos este dato, ya que contrasta con la evolución social de este segmento, así como con el medio de transporte que ha tenido mayor crecimiento en este periodo, el avión.

Comparación Yuppies 1990 - 1995

DESPLAZAMIENTOS EN VACACIONES DEL ÚLT. AÑO



FUENTE: EGM 3er. Año móvil 1990. 3er. Año móvil 1995

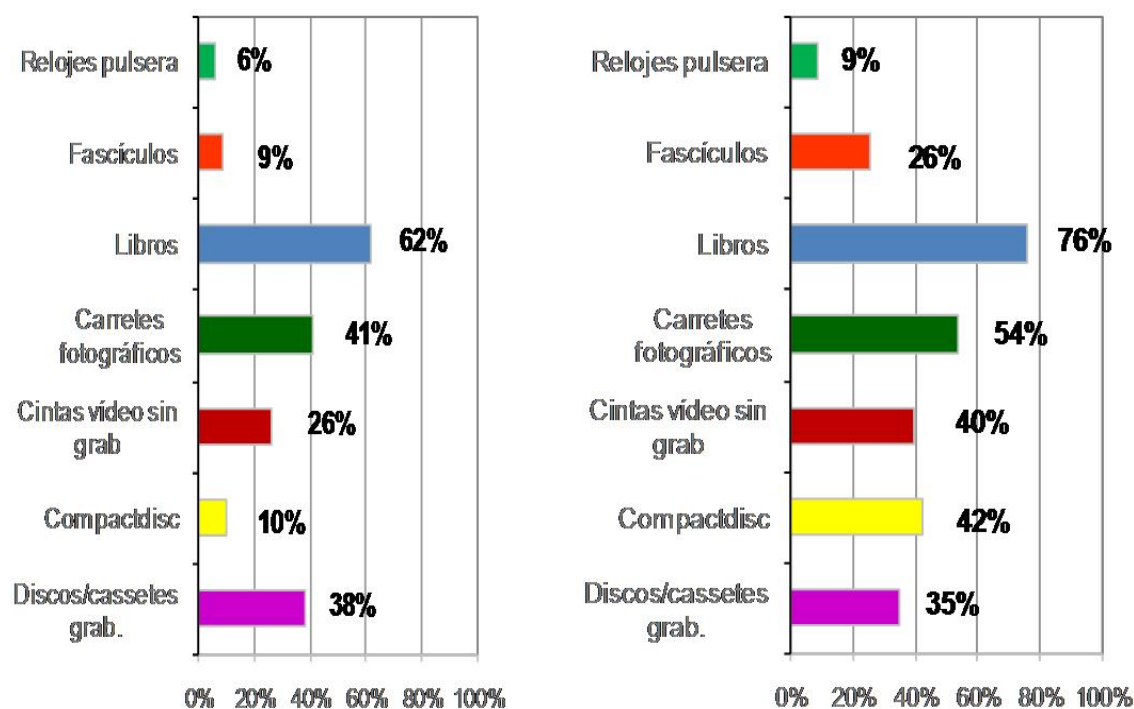
Gráfico 57. Comparación Yuppies 1990-1995. Desplazamientos en vacaciones

Si analizamos el consumo que realiza este segmento, en los 2 periodos debemos destacar que el consumo está relacionado con su nivel económico, destinando una importante cantidad de dinero al consumo de bienes de ocio. Podemos destacar las actividades de ocio como la lectura, la fotografía o la música, ya que el porcentaje que consume libros, compactdisc Respecto a la posesión de bienes financieros, destacamos la cartilla de ahorro, cuenta corriente, las tarjetas del cajero y las de crédito.

También debido a esta situación económica pueden permitirse realizar inversiones en productos financieros. Respecto a la posesión de bienes financieros, destacamos el incremento en 1995 de los préstamos hipotecarios así como las tarjetas del cajero y las de crédito. También destacamos el incremento de Seguros de vida.

Comparación Yuppies 1990 - 1995

COMPRA ÚLT 3 MESES

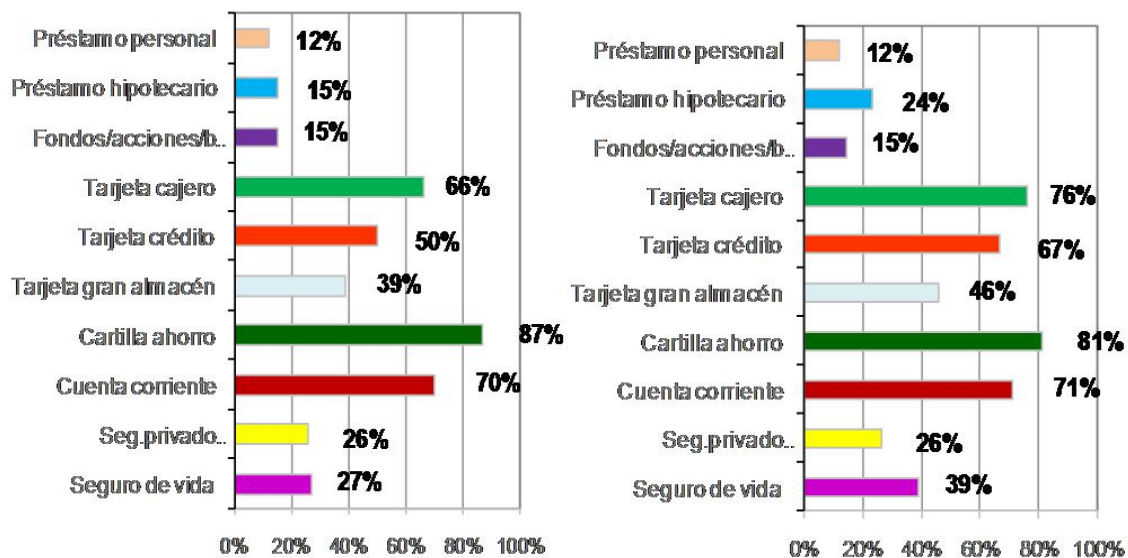


FUENTE: EGM 3er. Año móvil 1990. 3er. Año móvil 1995

Gráfico 58. Comparación Yuppies 1990-1995. Compras.

Comparación Yuppies 1990 - 1995

POSESIÓN PERSONAL DE LOS SIGUIENTES BIENES O SERVICIOS



FUENTE: EGM 3er. Año móvil 1990. 3er. Año móvil 1995

Gráfico 59. Comparación Yuppies 1990-1995. Posesión bienes.

5.6.3. Síntesis de la evolución.

Una vez analizados los 2 años donde fijamos el inicio de este colectivo, vamos a analizar cual ha sido su evolución. Podemos observar como en estos 5 años, los “Yuppies” han “madurado” o ampliado su tramo de edad, ampliando de esta manera su vida laboral (fuente principal de sus ingresos y del nivel de vida).

El hábitat sigue siendo urbano, siendo la ciudad el núcleo de actividad de este segmento, tanto profesional como en su vida personal.

El nivel de instrucción ha mejorado en el año 1995 respecto al 1990. La formación universitaria ha incrementado su porcentaje, indicándonos la mayor preparación de este grupo. Esto nos indica su preocupación por una mayor formación y preparación para desarrollarse profesionalmente.

Al comparar las actividades que los “Yuppies” realizadas en los dos momentos definidos para este estudio, podemos ver cómo ha evolucionado, incrementando actividades, como: ir a museos, practicar deportes individuales, hacer excursiones, ir a conciertos y al fútbol. Las actividades relacionadas con el cuidado físico como ir a institutos de belleza también se han incrementado. El nivel de vida que nos muestran es alto, y el ocio ocupa un lugar importante en su vida.

En 1995 aumenta el número de desplazamientos en vacaciones, también aumenta el porcentaje de “Yuppies” que salieron de vacaciones en España, disminuyendo los viajes al extranjero. Destacamos este dato, ya que contrasta con la evolución social de este segmento, así como con el medio de transporte que ha tenido mayor crecimiento en este periodo, el avión.

Si analizamos el consumo en los 2 periodos debemos destacar que el consumo está relacionado con su nivel económico, destinando una importante cantidad de dinero al consumo de bienes de ocio. Podemos destacar las actividades de ocio como la lectura, la fotografía o la música.

También debido a esta situación económica pueden permitirse realizar inversiones en productos financieros.

5.7. Conclusiones.

Comenzábamos este capítulo definiendo al segmento de Yuppie función de las siguientes características: joven profesional de éxito, urbano y con un alto nivel de vida derivado de sus ingresos. Después de haber realizado un análisis de este grupo social en 2 periodos diferentes 1990-1995, para ver su evolución, y analizar el perfil sociodemográfico y estilo de vida podemos confirmar las características presentadas en la definición inicial.

JOVÉN. Hemos podido ver como los “Yuppies” son jóvenes (mayoritariamente hombres) de una edad comprendida entre los 25-54 años. Ha evolución de la edad en el año 1995 ha ampliado el porcentaje en el tramo de 45-54 años. Esto se explica por los cambios sociales que hacen que se amplíe la edad “joven” cada vez más. Contrasta con la distribución de la edad de la sociedad española Ind.>25, donde la distribución de edad es más lineal. Destacamos el estado civil casado de de este segmento, lo que indica como dicen alguna de las definiciones presentadas su carácter tradicional, acorde con la sociedad.

PROFESIONAL DE ÉXITO. Si observamos la clase social de los “Yuppies”, donde son mayoritarias la media-alta y la alta, incluso en el estudio de la evolución de este segmento vemos como la clase social alta ha aumentado en estos años (En Ind.>25 la clase social dominante es media-media). Esto nos indica que el nivel de vida de los “Yuppies” es alto. Estos ingresos los obtienen de sus profesiones, que suelen ser puestos de responsabilidad para los que en nivel e instrucción es importante. En el segmento “Yuppies” nos encontramos un porcentaje muy alto de personas con titulación media y superior que se incrementa con los años.

URBANO. Este segmento desarrolla su vida en el ámbito urbano. Destacan las grandes ciudades donde el nivel de vida es alto y las oportunidades profesionales numerosas.

ALTO NIVEL DE VIDA DERIVADO DE SUS INGRESOS. Como hemos estado viendo, el nivel de vida de los “Yuppies” es superior a la media de la población tomada como referencia (Ind.>25), por lo que su consumo también. Vemos como dedica una parte de sus ingresos importante al cuidado del cuerpo, al ocio y a la cultura. También destacamos en su consumo de ocio el gran porcentaje que sale de vacaciones (muy superior a la media Ind.>25) y que el medio de transporte elegido es principalmente el avión

CAPÍTULO 6: LOS "SINGLES" COMO GRUPO SOCIAL

6.1. Los “Singles”. Definición general y características.

Es el concepto de ‘soltero’ del siglo XXI, que en Europa ya se denomina bajo el término Single, y engloba a todas aquellas personas de entre 30 y 45 años que en la actualidad no tienen pareja estable, bien sean solteras, separadas, divorciadas o viudas.

Según cálculos realizados a partir de los datos del INE (Instituto Nacional de Estadística), en la actualidad hay en España un total de **4.132.500** de los cuales **2.353.500** son hombres y **1.779.000** son mujeres de entre estas edades, cifra que engloba a las personas solteras, viudas, divorciadas y separadas. En 2005 había en España 3.039.000 personas “Singles”. El incremento es de casi el 36%.

Dentro de este grupo de población de entre 30 y 45 años hay:

4.132.500 personas “Singles”, 2.353.500 son hombres y 1.779.000 mujeres.

Solteros: 3.460.900, 2100.4000 son hombres y 1.360.500 mujeres.

Personas viudas: 45.000, 7.000 son hombres y 37.700 mujeres.

Personas separadas y divorciadas: 626.600, 245.800 son hombres y 380.800 mujeres.

	Soltero				Viudo				Separado o divorciado				TOTAL			
	2008TIV	2008TIII	2008TII	2008TI	2008TIV	2008TIII	2008TII	2008TI	2008TIV	2008TIII	2008TII	2008TI	2008TIV	2008TIII	2008TII	2008TI
Ambos sexos																
De 30 a 34 años	1.795,50	1.831,10	1.839,70	1.759,30	4,20	5,00	5,50	6,70	124,20	123,80	125,30	134,30	1.923,90	1.959,90	1.970,50	1.900,30
De 35 a 39 años	1.013,60	980,90	948,30	949,20	14,20	10,70	12,10	15,60	228,60	239,00	234,70	233,60	1.256,40	1.230,60	1.195,10	1.198,40
De 40 a 44 años	651,80	624,60	621,50	615,10	26,60	27,80	28,30	26,20	273,80	266,60	272,40	267,50	952,20	919,00	922,20	908,80
TOTAL	3.460,90	3.436,60	3.409,50	3.323,60	45,00	43,50	45,90	48,50	626,60	629,40	632,40	635,40	4.132,50	4.109,50	4.087,80	4.007,50
Varones																
De 30 a 34 años	1.073,00	1.099,70	1.106,30	1.067,60	0,80	1,20	0,50	0,50	42,90	44,00	43,90	45,50	1.116,70	1.144,90	1.150,70	1.113,60
De 35 a 39 años	626,50	611,60	590,60	580,00	1,60	1,50	1,60	3,10	91,80	95,80	91,30	91,90	719,90	708,90	683,50	675,00
De 40 a 44 años	400,90	379,70	374,50	372,60	4,90	4,40	3,80	4,40	111,10	103,90	108,60	106,00	516,90	488,00	486,90	483,00
VARONES	2.100,40	2.091,00	2.071,40	2.020,20	7,30	7,10	5,90	8,00	245,80	243,70	243,80	243,40	2.353,50	2.341,80	2.321,10	2.271,60
Mujeres																
De 30 a 34 años	722,50	731,40	733,40	691,60	3,40	3,80	5,00	6,20	81,30	79,80	81,40	88,80	807,20	815,00	819,80	786,60
De 35 a 39 años	387,10	369,30	357,60	369,20	12,60	9,20	10,50	12,50	136,70	143,20	143,40	141,70	536,40	521,70	511,50	523,40
De 40 a 44 años	250,90	244,90	246,90	242,50	21,70	23,40	24,60	21,70	162,80	162,70	163,80	161,40	435,40	431,00	435,30	425,60
MUJERES	1.360,50	1.345,60	1.337,90	1.303,30	37,70	36,40	40,10	40,40	380,80	385,70	388,60	391,90	1.779,00	1.767,70	1.766,60	1.735,60

FUENTE:INE INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA

Gráfico 60. Cuantificación INE Singles.

A efectos de las estas definiciones de Single, la nuestra sería individuos de 30-45 años sin pareja estable, solteros, separados, divorciados o viudos. Podemos ampliar esta definición diciendo que el Single (nombre ingles cuyo significado es solo) es una evolución de la persona sin pareja que en épocas pasadas de denominaba “solteros”. Lo que diferencia a estos 2 segmentos es la evolución en su estilo de vida. Los “Singles” como veremos en este estudio, han adoptado un estilo de vida propio, llegando a ser un segmento muy interesante para el mercado.

Vamos a analizar el grupo definido como “Singles”, tomando como referencia 2 etapas, sus inicios (aproximadamente en el año 2000), y la época actual el año 2008. De esta manera podemos ver cómo ha evolucionado este colectivo a lo largo de los años.

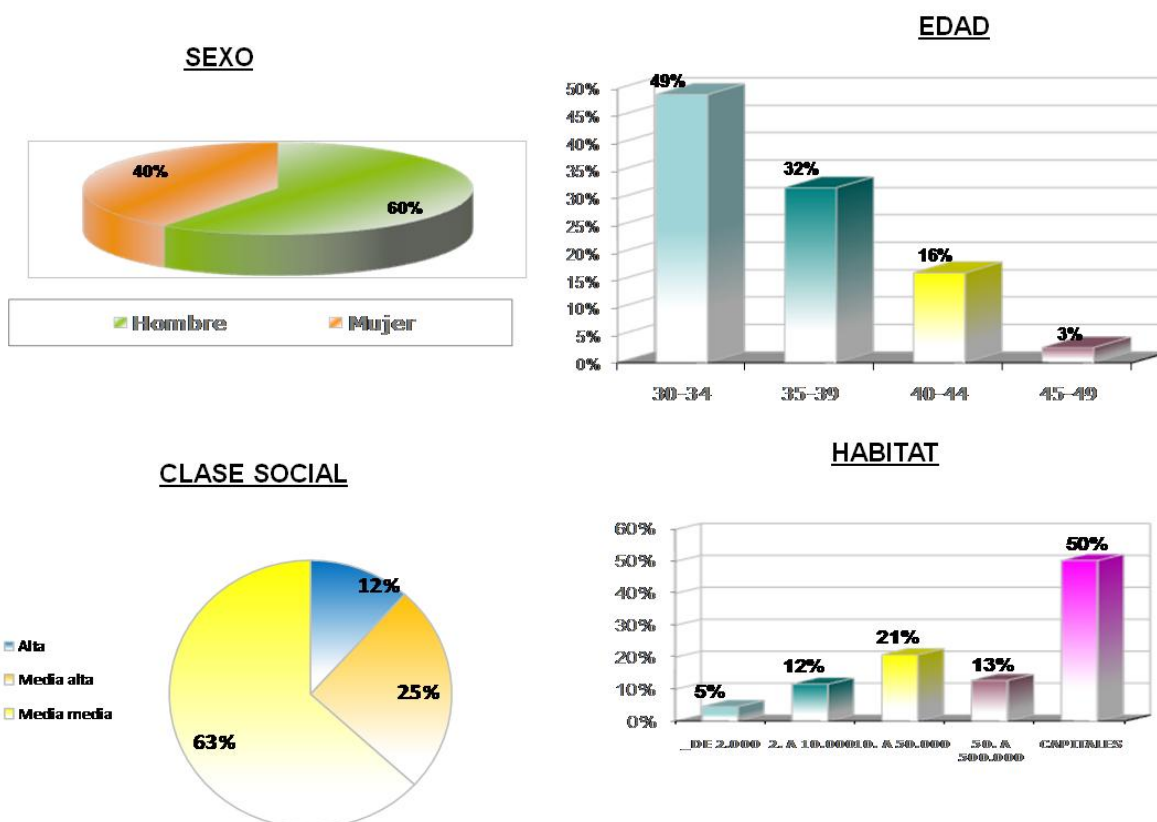
6.2. Los "Singles" en el año 2000.

6.2.1. Perfil sociodemográfico

Si analizamos este segmento utilizando la fuente de EGM (3er. año móvil 2000), podemos ver que hay un mayor porcentaje de hombres "Singles" (60%) que de mujeres (40%), que las edades donde se centra mayoritariamente es de 30-34 años, de clase social media-media y media-baja, y en hábitat urbano, capitales.

Las conclusiones que podemos extraer de este apartado, es que el segmento "Singles" está equilibrado en cuanto al porcentaje de hombres y mujeres, vemos que es un segmento que incluye a ambos sexos, se caracteriza por ser mayoritariamente masculino, joven de 30-34 años, aunque también encontramos un porcentaje importante en el tramo de edad de 35-39. Estamos en los primeros años de los "Singles", veremos cómo va evolucionando hasta llegar a la actualidad. La clase social predominante es media-media, seguida de media-alta.

Perfil Singles 30-45 a-ma-mm 2000



2

FUENTE: EGM 3er. Año móvil 2000 Cuantificación: 1.562.000

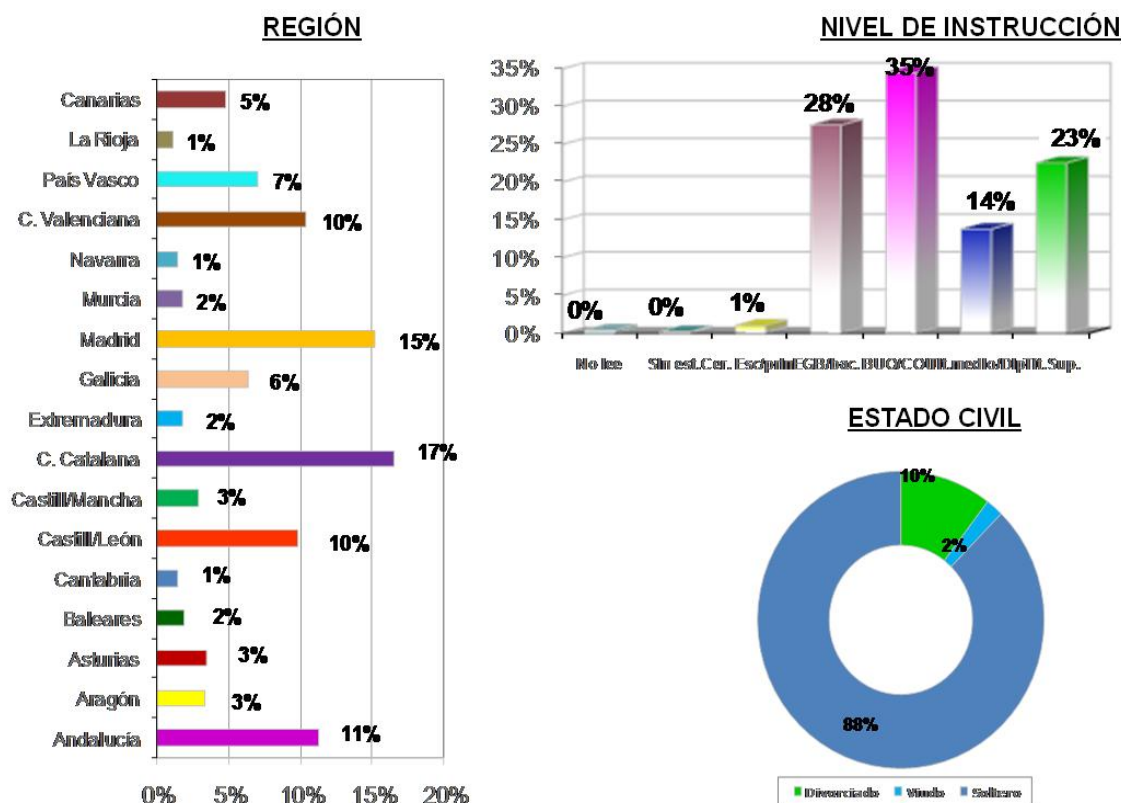
Gráfico 61. Perfil Singles 30-45 a-ma-mm 2000.

Las regiones de España que concentran el mayor número de “Singles” son Comunidad Catalana y Madrid. Tienen un nivel de estudios medio, medio-bajo (EGB, Bachillerato). Estado civil predominante es soltero (86%). Los estados civiles de divorciado con un (8%) y viudo (6%).

Siguiendo la línea del estudio, destacamos en el análisis del perfil de “Singles”, que las regiones donde predominan son Andalucía, Cataluña, Madrid (como decíamos antes es un grupo social urbano) El nivel de instrucción es medio, destacando que los porcentajes de titulados medios y superiores son elevados.

El estado civil es mayoritariamente soltero. El porcentaje de divorciados y viudos es bastante pequeño, y se encuentra a mucha distancia de los solteros

Perfil Singles 30-45 a-ma-mm 2000



FUENTE: EGM 3er. Año móvil 2000 Cuantificación: 1.562.000

Gráfico 62. Perfil Singles 30-45 a-ma-mm 2000

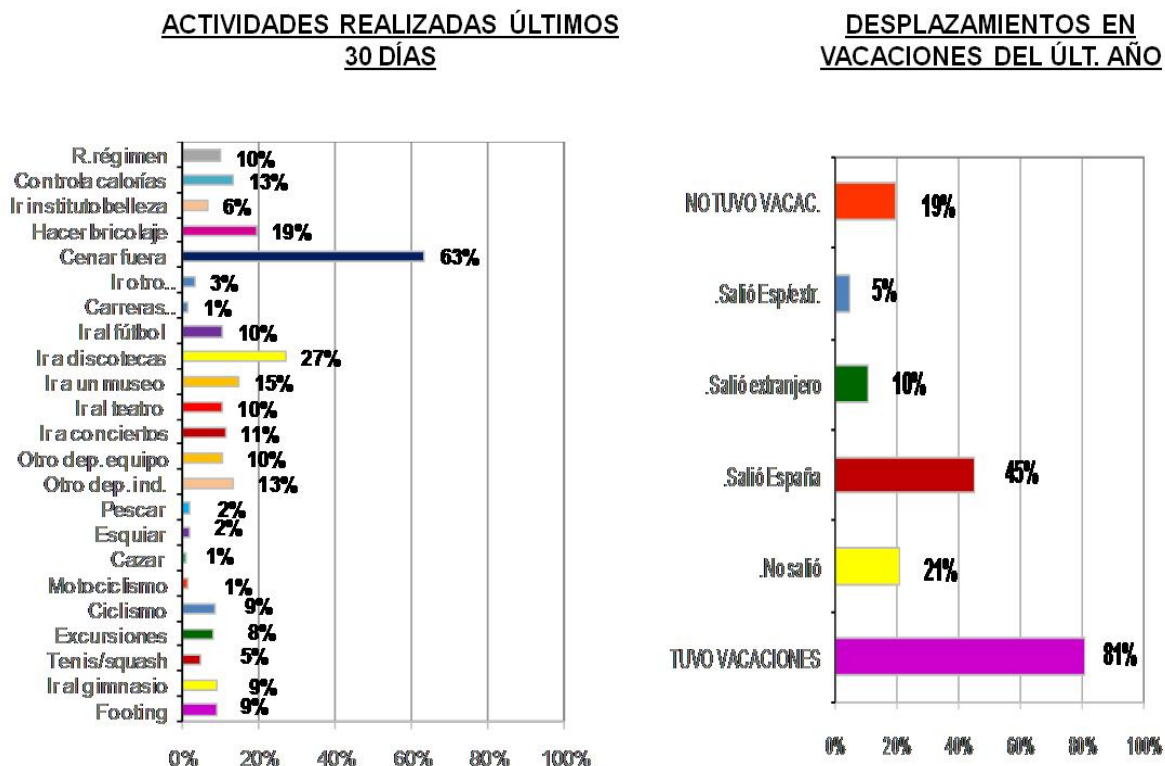
6.2.2. Estilo de vida.

Las actividades que los “Singles” realizan, serían las que aparecen en el siguiente gráfico, destacando actividades relacionadas con la vida social, como: Cenar fuera de casa, ir a discotecas, realizar deportes. También aparecen actividades relacionadas con el cuidado físico como controlar calorías y realizar régimen.

Destacamos el elevado porcentaje que realiza actividades de bricolaje. Respecto a los desplazamientos en vacaciones del último año, destacamos que el 81% de este colectivo tuvo vacaciones, el 45% salió de vacaciones en España, y el 10% al extranjero.

El estilo de vida de los “Singles” está muy relacionado con su edad. Destacan las actividades relacionadas con la vida social, salir a cenar, ir a discotecas. También adquiere importancia la práctica de deportes.

Estilo de vida Singles 30-45 a-ma-mm 2000



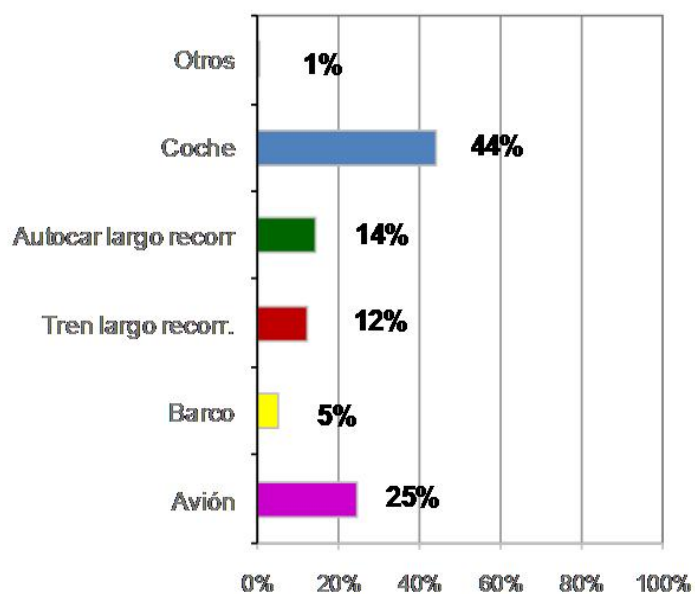
FUENTE: EGM 3er. Año móvil 2000 Cuantificación: 1.562.000

Un porcentaje muy amplio sale de vacaciones, y el medio de transporte que suelen utilizar es el coche, seguido del avión.

Gráfico 63. Estilo de vida Singles 30-45 a-ma-mm 2000. Actividades-Desplazamientos.

Estilo de vida Singles 30-45 a-ma-mm 2000

MEDIOS DE TRANSPORTE EN VIAJES LARGOS USADOS EN EL ÚLTIMO AÑO



FUENTE: EGM 3er. Año móvil 2000 Cuantificación: 1.562.000

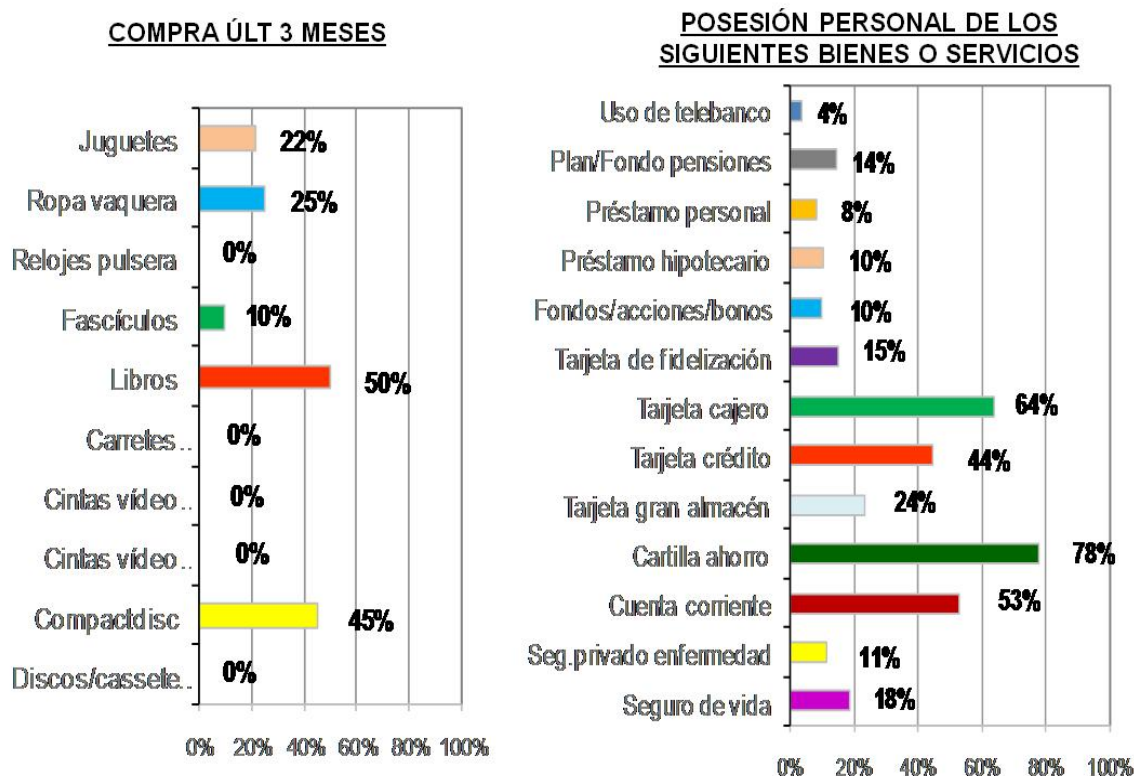
Gráfico 66. Estilo de vida Singles 30-45 a-ma-mm 2000. Medios de transporte.

Si analizamos el consumo que realiza este segmento, podemos destacar las actividades de ocio como la lectura, la fotografía o la música, ya que el porcentaje que consume libros, compactdisc y ropa vaquera es elevado.

Respecto a la posesión de bienes financieros, destacamos la cartilla de ahorro, cuenta corriente las tarjetas del cajero y las de crédito.

Las conclusiones que podemos deducir al analizar el consumo de este segmento es que su consumo está relacionado con su estilo de vida, destinando una importante cantidad de dinero al consumo de bienes de ocio, como los relacionados con la lectura y la música. Los productos financieros que destacan son la cartilla de ahorro y la tarjeta del cajero. Podemos decir que este consumo básico e bienes financieros está relacionado con sus ingresos.

Estilo de vida Singles 30-45 a-ma-mm 2000



FUENTE: EGM 3er. Año móvil 2000 Cuantificación: 1.562.000

Gráfico 65. Estilo de vida Singles 30-45 a-ma-mm 2000. Compras-Poseción bienes.

6.3. Los “Singles” en 2008.

6.3.1. Perfil sociodemográfico.

Si analizamos segmento, utilizando la fuente de EGM (3er. año móvil 2008), podemos ver que hay un mayor porcentaje de hombres “Singles” (56%) que de mujeres (44%), que las edades donde se centra mayoritariamente es de 30-34 años, de clase social media-media y media-alta, y en hábitat urbanos, destacando las capitales.

Las conclusiones que podemos extraer de este apartado, es que el segmento “Singles” está equilibrado en cuanto al porcentaje de hombres y mujeres, vemos que es un segmento que incluye a ambos sexos, se caracteriza por ser mayoritariamente masculino, joven de 30-34 años, aunque también encontramos un porcentaje importante en el tramo de edad de 35-39 que como veremos se va incrementando a medida que este segmento se desarrolla en el tiempo.

La clase social predominante es media-media, seguida de media-alta. Debemos relacionarlo con los tramos de edad bastante jóvenes que componen este grupo social.

Las regiones de España que concentran el mayor número de solteros son Comunidad Catalana, Madrid y Andalucía. Y este grupo social tiene un nivel de estudios medio. Estado civil predominante es soltero (84%), seguido de divorciados con un (14%), estado civil que como veremos va aumentando notablemente en el transcurso de los años.

Perfil Singles 30-45 a-ma-mm 2008

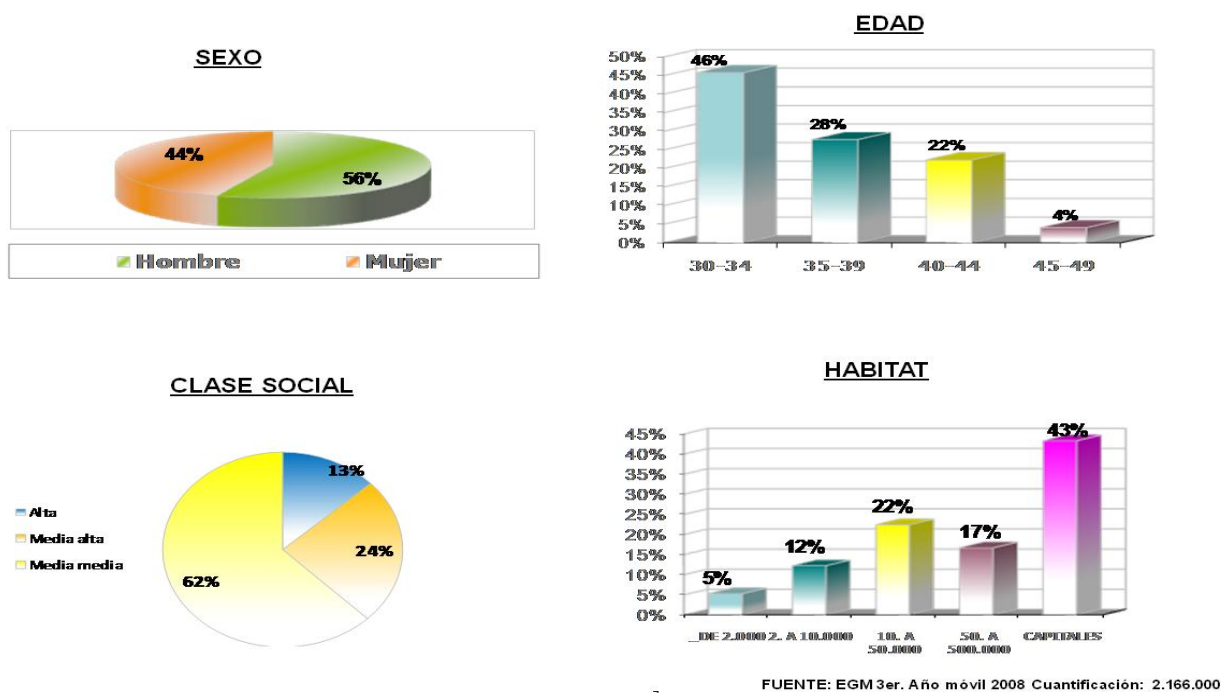


Gráfico 66. Perfil Singles 30-45 a-ma-mm 2008. Sexo-edad-clase social-habitat

Perfil Singles 30-45 a-ma-mm 2008

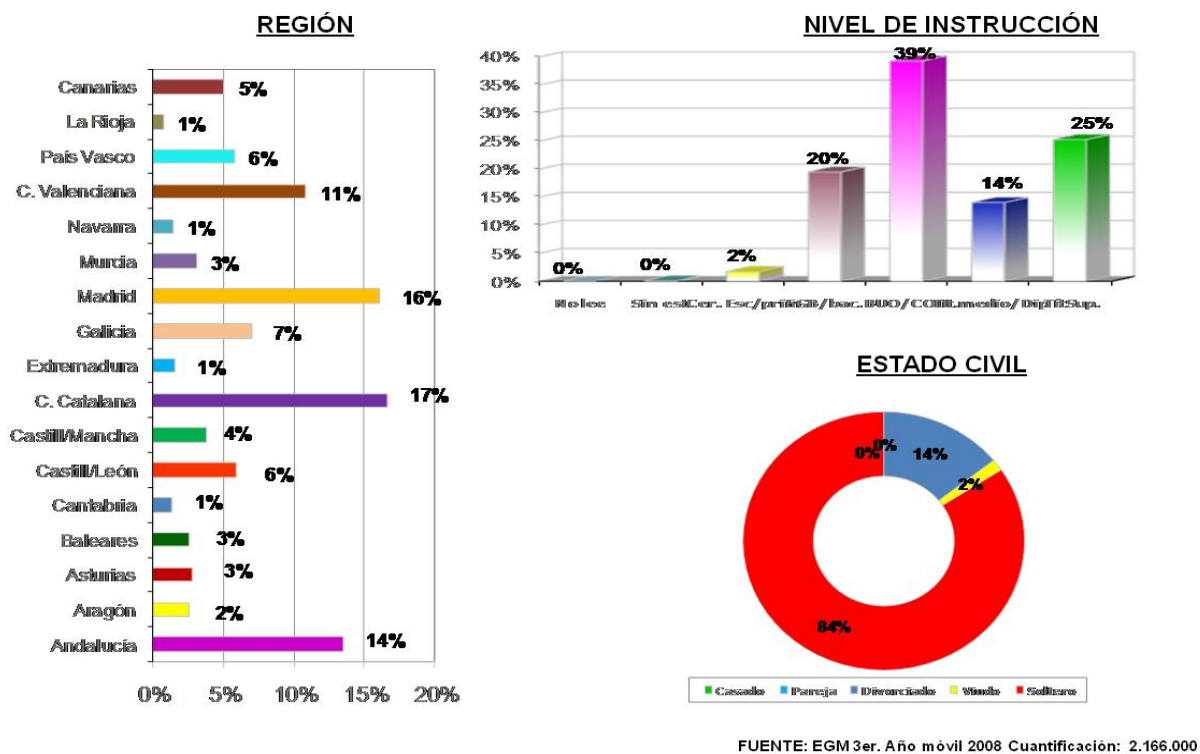


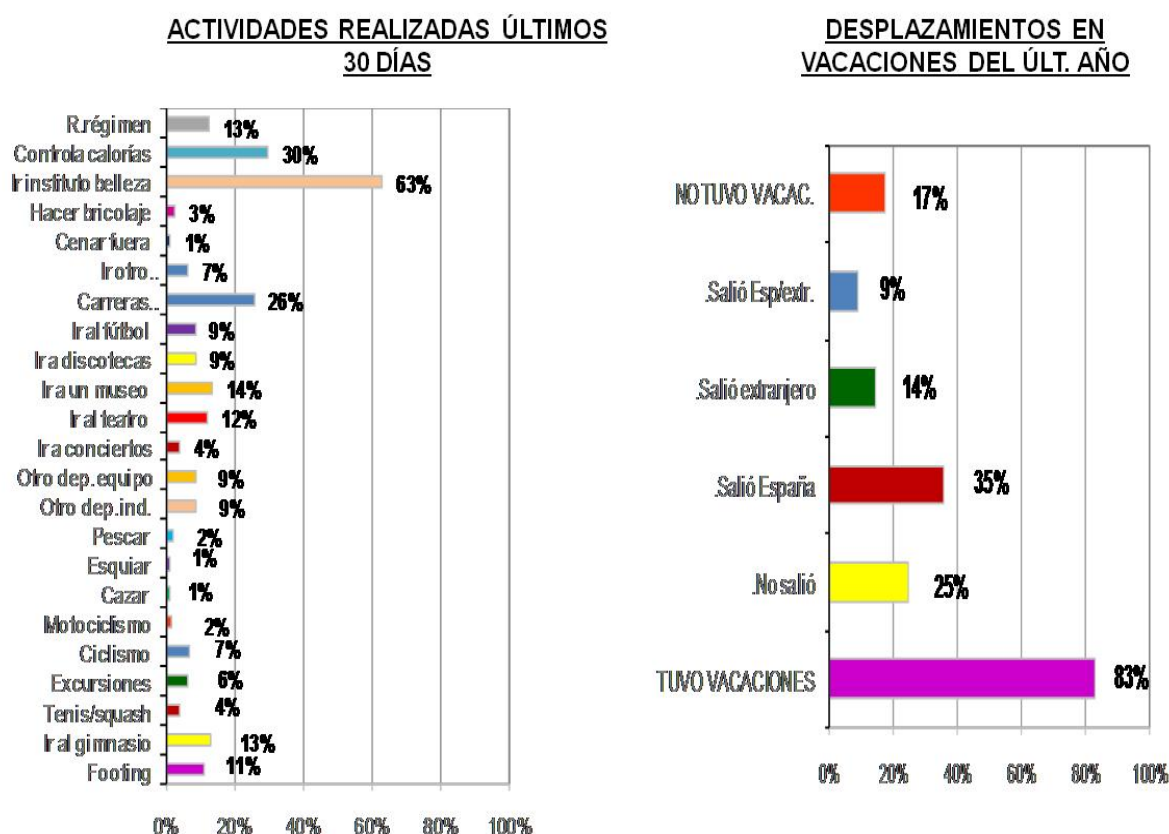
Gráfico 67. Perfil Singles 30-45 a-ma-mm 2008. Región-Nivel instrucción-Estado civil

6.3.2. Estilo de vida.

Las actividades que Los “Singles” realizan, serían las que aparecen en el siguiente grafico, destacando actividades relacionadas con el cuidado físico como realizar régimen y hacer footing.

También aparecen actividades relacionadas con la vida social, como: Cenar fuera de casa, ir a discotecas, realizar deportes. Respecto a los desplazamientos en vacaciones del último año, destacamos que el 83% de este colectivo tuvo vacaciones, el 35% salió de vacaciones en España, y el 14% al extranjero. Los medios de transporte utilizados por sus desplazamientos son el coche y el avión.

Estilo de vida Singles 30-45 a-ma-mm 2008

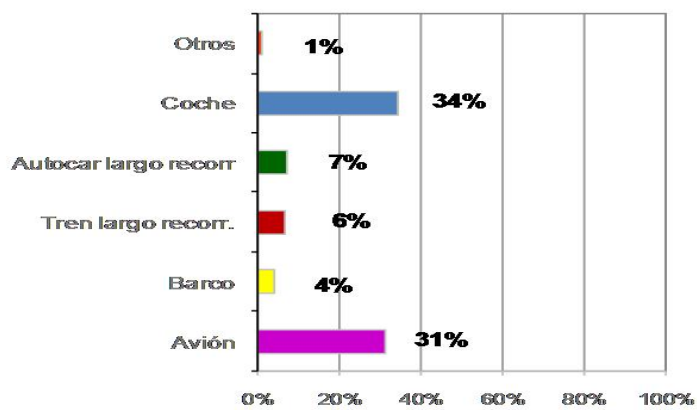


FUENTE: EGM3er. Año móvil 2008 Cuantificación: 2.166.000

Gráfico 68. Estilo de vida Singles 30-45 a-ma-mm 2008. Actividades-Desplazamientos.

Estilo de vida Singles 30-45 a-ma-mm 2008

MEDIOS DE TRANSPORTE EN VIAJES LARGOS USADOS EN EL ÚLTIMO AÑO



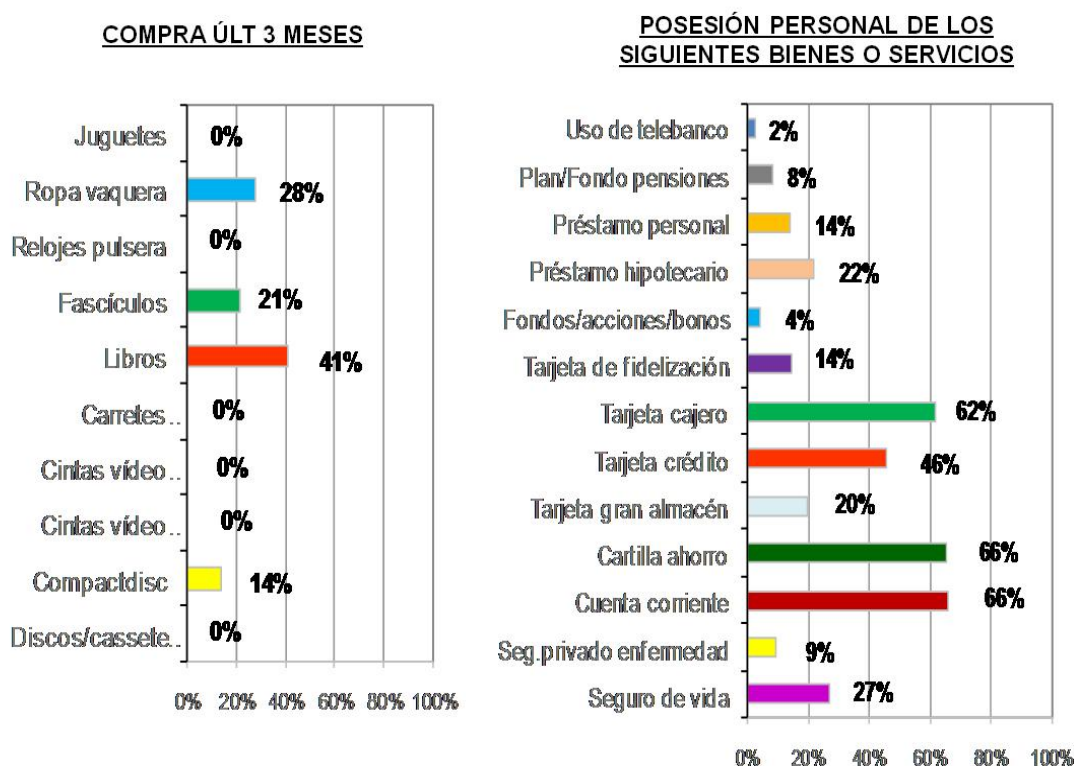
FUENTE: EGM 3er. Año móvil 2008 Cuantificación: 2.166.000

Gráfico 69. Estilo de vida Singles 30-45 a-ma-mm 2008. Medios de transporte.

Si analizamos el consumo, podemos destacar las actividades de ocio como la lectura, la fotografía o la música, ya que el porcentaje del segmento que consume libros y compactdisc es elevado. Destacamos el gran porcentaje de personas de este grupo que consumen ropa vaquera.

Respecto a la posesión de bienes financieros, destacamos la cartilla de ahorro, cuenta corriente, las tarjetas del cajero y las de crédito.

Estilo de vida Singles 30-45 a-ma-mm 2008



FUENTE: EGM3er. Año móvil 2008 Cuantificación: 2.166.000

Gráfico 70 Estilo de vida Singles 30-45 a-ma-mm 2008. Compras-Poseción bienes

6.4. Los "Singles" en relación a la población general >25 años.

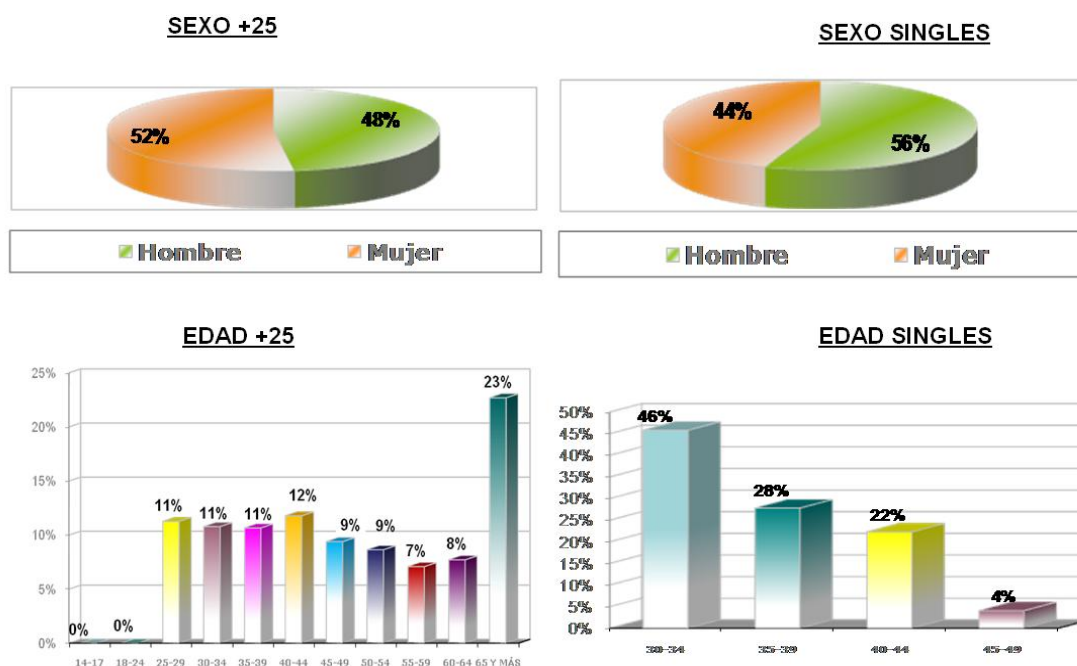
6.4.1. En cuanto al Perfil sociodemográfico.

El segmento definido como "Singles", ha sido analizado y comparado en 2 momentos diferentes, en sus comienzos 2000 y en la actualidad 2008. Ahora queremos ver cuáles son las diferencias y las coincidencias de este grupo estudiado, frente a un grupo genérico de la sociedad (hemos definido este grupo como inda. +25 años, para tener un nivel e comparación similar).

Respecto a la distribución según el sexo, destacamos el mayor porcentaje de hombre en "los Singles", respecto a Ind.+25.

Encontramos diferencias en la edad. En el segmento de Ind. >25 años la población se distribuye de una manera lineal, destacando el porcentaje de personas de más de 65 años que supera notablemente la media. En el segmento definido como "Singles", vemos como los porcentajes mayores se encuentran en los segmentos de 30-34 años y de 34-39 años.

Comparación Ind. > 25 - Singles 2008



FUENTE IND+25 2008: EGM 1er. Año móvil 2008 Cuantificación: 32.901.000

FUENTE: EGM 3er. Año móvil 2008 Cuantificación: 2.166.000

Gráfico71. Comparación Ind.> 25-Singles 2008. Sexo-Edad.

La clase social apenas muestra diferencias, solamente en la clase media donde hay variaciones entre media-media y media baja.

Respecto al hábitat es destacable el mayor porcentaje que hay en las capitales en el segmento de "Singles" (un 43%) respecto a Ind > 25 (un 34%). Destacamos que por estilo de vida, por su edad y oportunidades profesionales es un grupo social urbano.

Comparación Ind. > 25 - Singles 2008

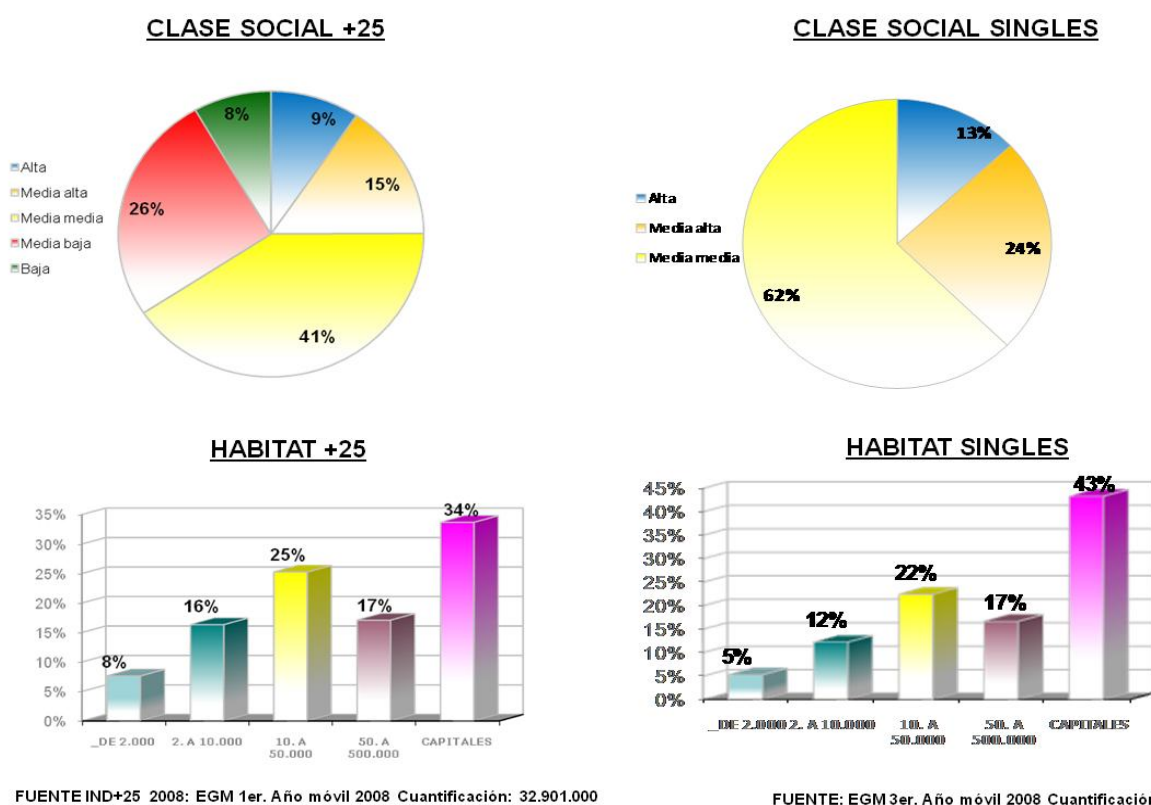


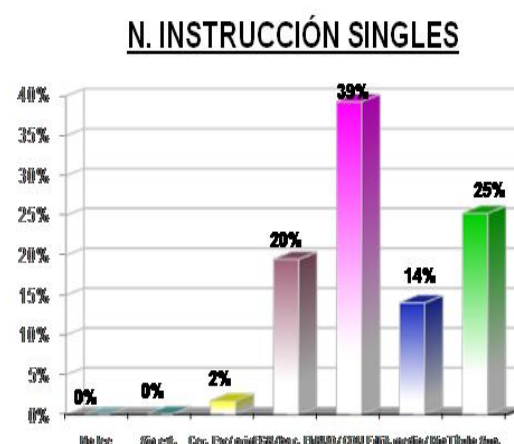
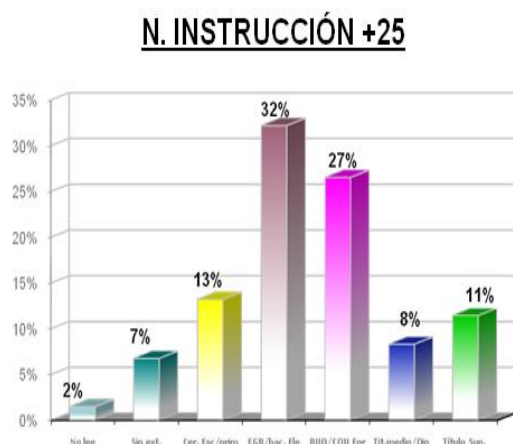
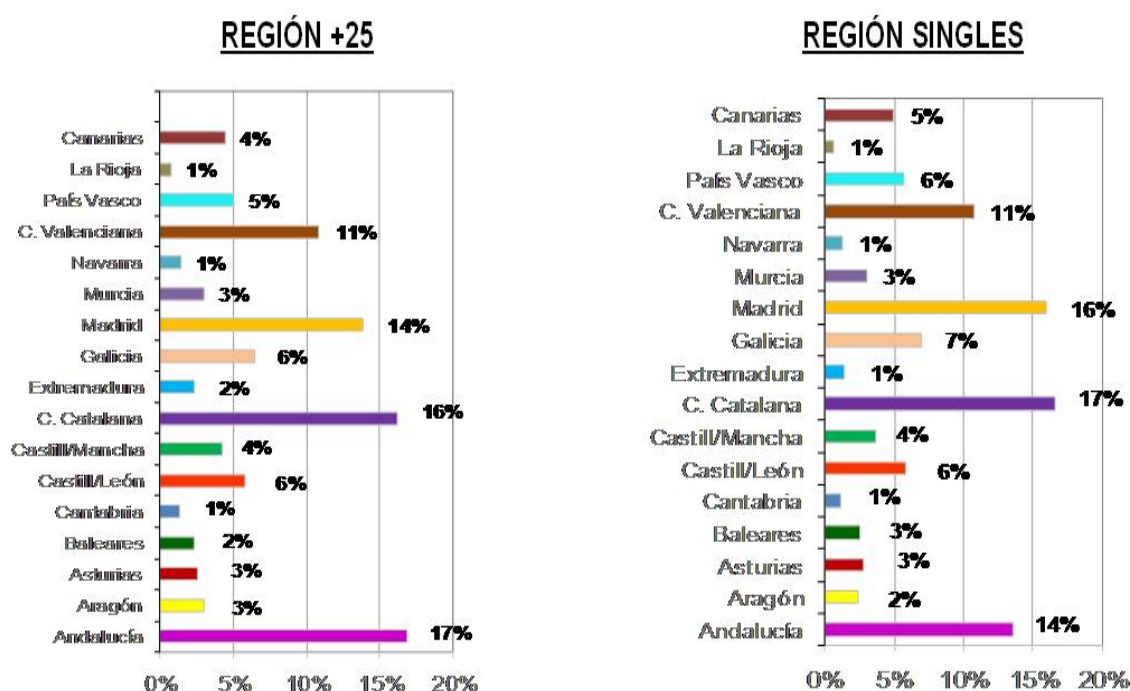
Gráfico 72. Comparación Ind.> 25-Singles 2008. Clase social-Habitat.

Observando la Región, vemos que la distribución es muy similar en ambos grupos.

En el nivel de instrucción si vemos diferencias, los “Singles” tienen un nivel de instrucción superior al de Ind. >25, aumentando los porcentajes en titulados medios y superiores. Debemos tener en cuenta la edad del segmento que estamos analizando, joven por lo que su nivel de estudios suele ser superior.

Analizando el estado civil vemos claras diferencias, mientras que en Ind. >25 años el mayor porcentaje, un 63% está casado, en los “Singles” es el 84% el que está soltero. Vemos que los “Singles” no están en línea respecto al estado civil con la sociedad española.

Comparación Ind. > 25- Singles 2008

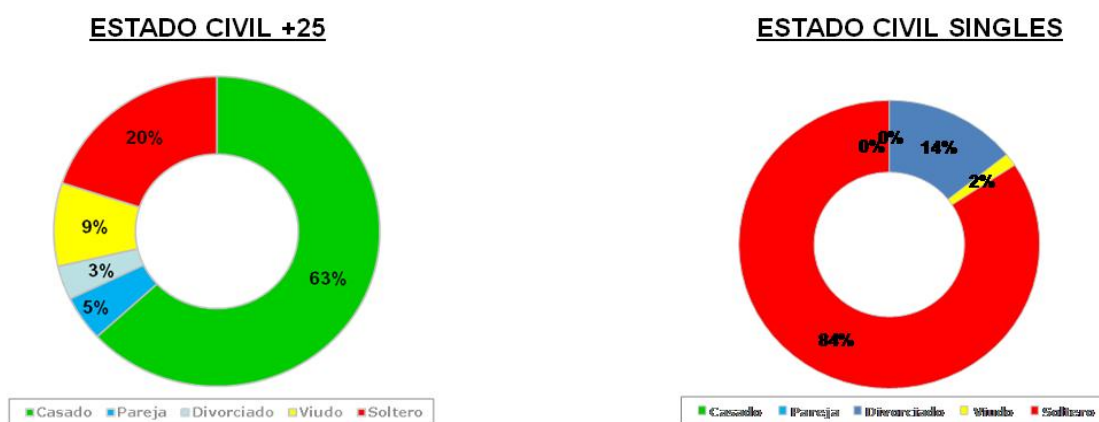


FUENTE IND+25 2008: EGM 1er. Año móvil 2008 Cuantificación: 32.901.000

FUENTE: EGM 3er. Año móvil 2008 Cuantificación: 2.166.000

Gráfico 73. Comparación Ind.> 25-Singles 2008. Región-N. Instrucción.

Comparación Ind. > 25 - Singles 2008



FUENTE IND+25 2008: EGM 1er. Año móvil 2008 Cuantificación: 32.901.000

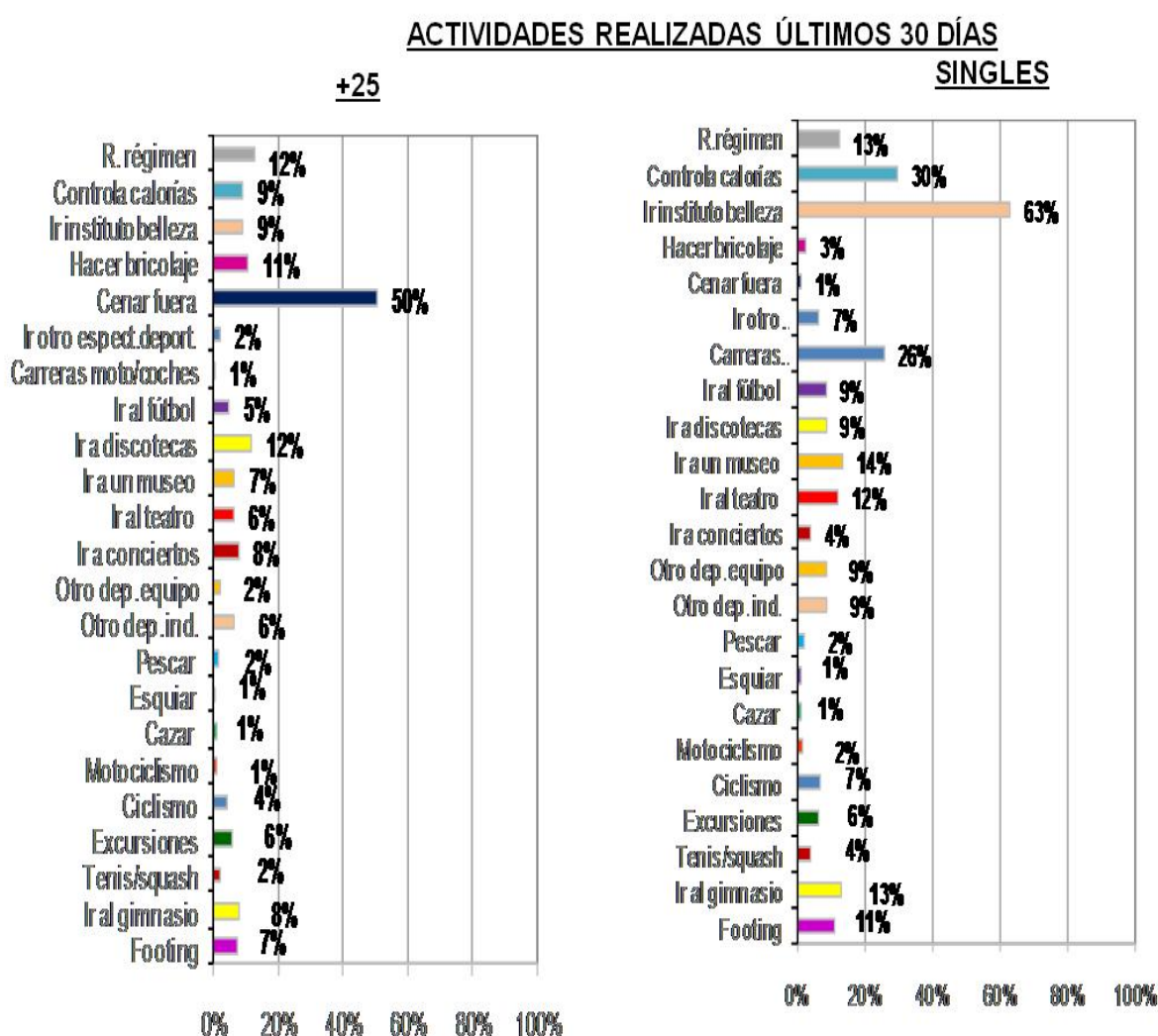
FUENTE: EGM 3er. Año móvil 2008 Cuantificación: 2.166.000

Gráfico 74. Comparación Ind.> 25-Singles 2008. Estado civil.

6.4.2. En cuanto al Estilo de vida.

Si analizamos las actividades realizadas por los dos segmentos Ind. >25 frente a “Singles” podemos ver como los “Singles” tienen un porcentaje mayor en actividades relacionadas con el cuidado del cuerpo, los “Singles” se cuidan más que el grupo de Ind.>25, ya que los porcentajes de las siguientes actividades y deportes es superior en los “Singles”: ciclismo, tenis, ir al gimnasio, hacer footing, practicar deportes individuales y en equipo.

Estilo de vida Ind. > 25 - Singles 2008



FUENTE IND>25 2008: EGM 1er. Año móvil 2008 Cuantificación: 32.901.000

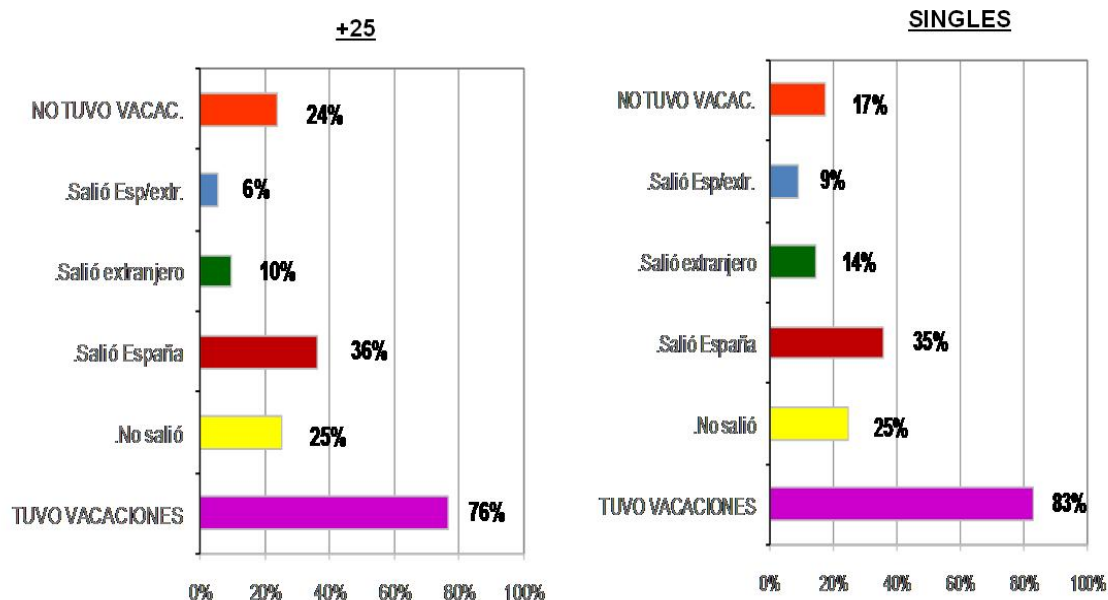
FUENTE: EGM 3er. Año móvil 2008 Cuantificación: 2.166.000

Gráfico 75. Comparación Ind.> 25-Singles 2008. Estilo de vida. Actividades.

Respecto a los desplazamientos en vacaciones del último año, destacamos el mayor porcentaje de personas que tuvieron vacaciones en los “Singles” en el 2008 (un 83%) respecto a Ind. >25 (76%), también es superior el porcentaje de “Singles” que salieron al extranjero 2008 (un 14%) respecto a Ind. >25 del (10%). Los medios de transporte utilizados por los “Singles” para sus desplazamientos destacamos el avión en el (31%) frente al (12%) de los Ind.>25. Esto indica un nivel de gasto superior a la media de los “Singles”.

Estilo de vida Ind. > 25 - Singles 2008

DESPLAZAMIENTOS EN VACACIONES DEL ÚLTIMO AÑO



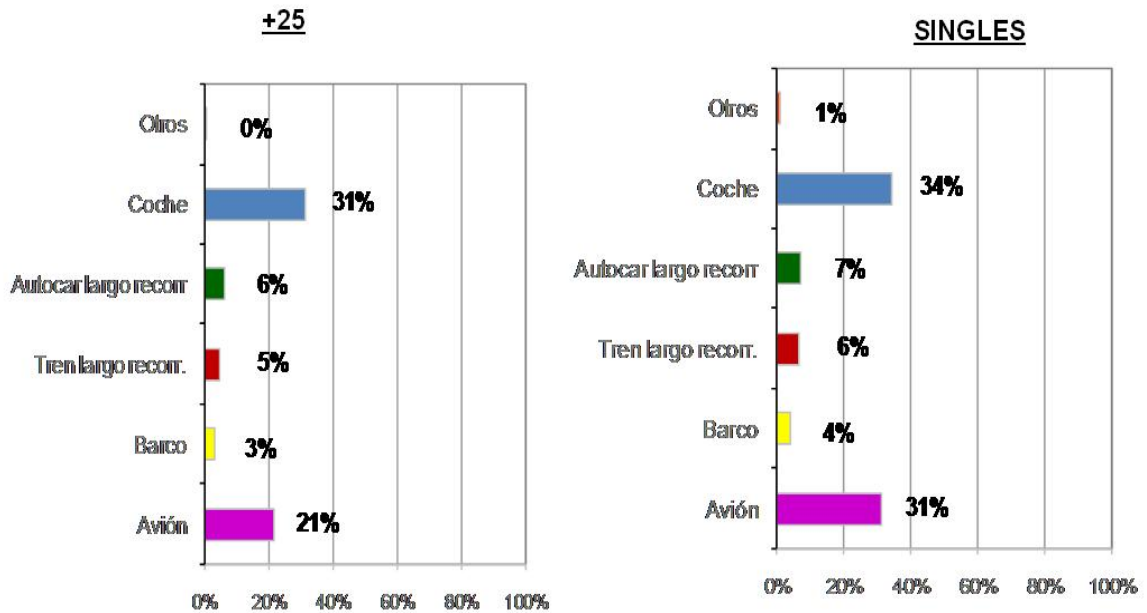
FUENTE IND+25 2008: EGM 1er. Año móvil 2008 Cuantificación: 32.901.000

FUENTE: EGM 3er. Año móvil 2008 Cuantificación: 2.166.000

Gráfico 76. Comparación Ind.> 25-Singles 2008. Estilo de vida. Desplazamientos en vacaciones.

Estilo de vida Ind. > 25 - Singles 2008

MEDIOS DE TRANSPORTE EN VIAJES LARGOS USADOS EN EL ÚLTIMO AÑO



FUENTE IND+25 2008: EGM 1er. Año móvil 2008 Cuantificación: 32.901.000

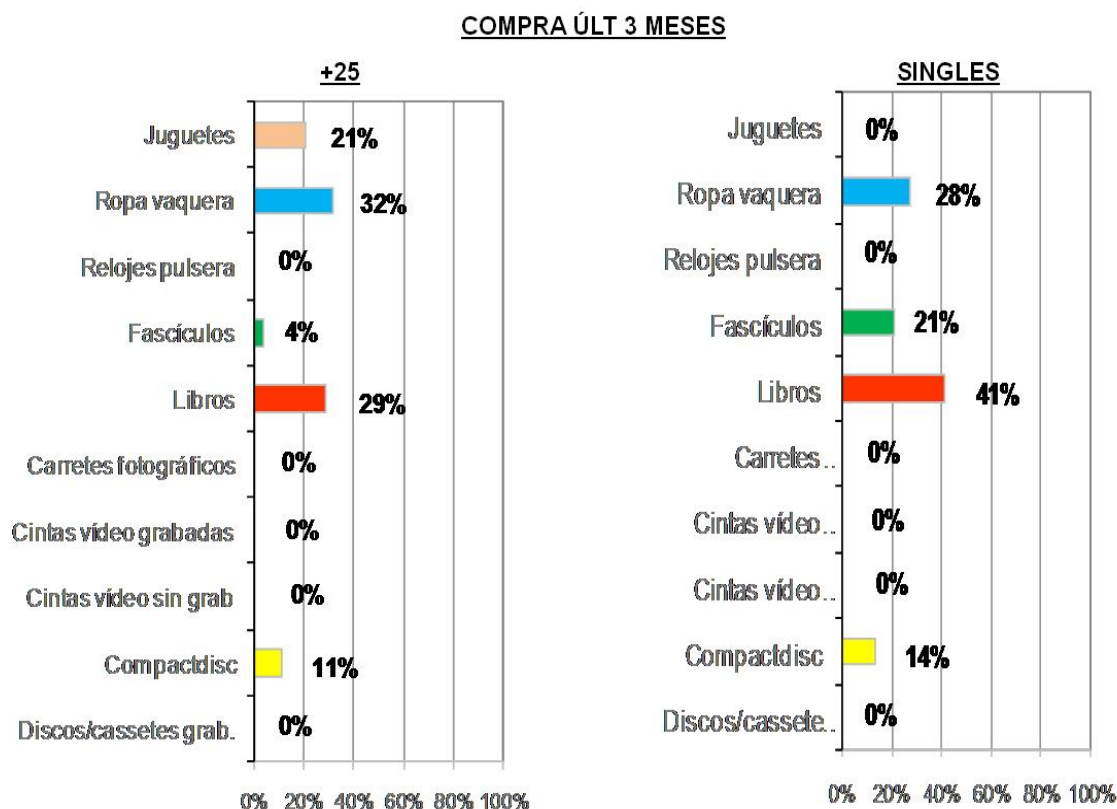
FUENTE: EGM 3er. Año móvil 2008 Cuantificación: 2.166.000

Gráfico 77. Comparación Ind.> 25-Singles 2008. Estilo de vida. Medios de transporte

Al comparar los dos segmentos Ind. >25 frente a “Singles” podemos ver como las compras realizadas el año 2008 tienen las siguientes diferencias: Los “Singles” compran más libros, fascículos y música.

Destacamos que aunque en el 2008 EGM sigue controlando las compras en productos como Carretes fotográficos o cintas de video, estos productos casi han desaparecido debido a la aparición del DVD y la fotografía digital.

Estilo de vida Ind. > 25 Singles 2008



FUENTE IND+25 2008: EGM 1er. Año móvil 2008 Cuantificación: 32.901.000

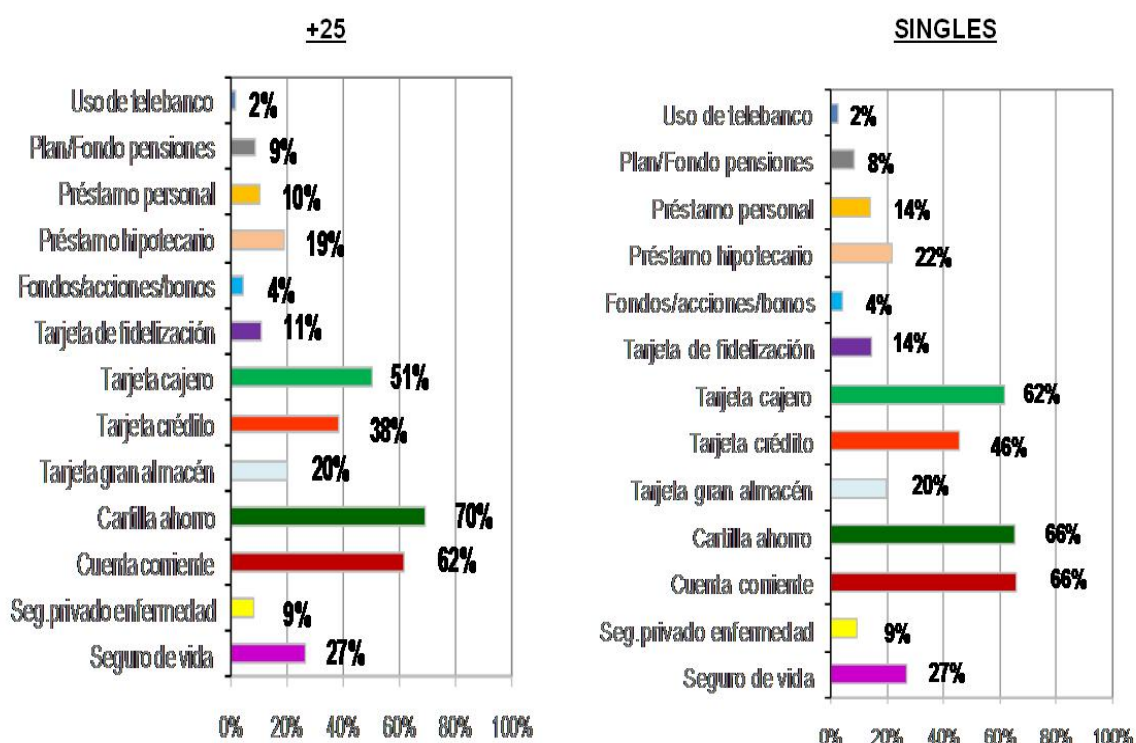
FUENTE: EGM 3er. Año móvil 2008 Cuantificación: 2.166.000

Gráfico 78. Comparación Ind.> 25-Singles 2008. Estilo de vida. Compras.

Respecto a la posesión de bienes financieros, destacamos en el análisis que los “Singles” tienen mayor porcentaje en préstamos personales, tarjetas de cajero y de crédito y prestamos. Y tienen un porcentaje menor que los Ind>25 en fondos de pensiones y cartilla de ahorro.

Estilo de vida Ind. > 25 Singles 2008

POSESIÓN PERSONAL DE LOS SIGUIENTES BIENES O SERVICIOS



FUENTE IND+25 2008: EGM 1er. Año móvil 2008 Cuantificación: 32.901.000

FUENTE: EGM 3er. Año móvil 2008 Cuantificación: 2.166.000

Gráfico 79. Comparación Ind.> 25-Singles 2008. Estilo de vida. Posesión bienes.

6.5. Evolución de los "Singles" desde 2000.

6.5.1. Comparación Perfil sociodemográfico.

Una vez analizados los 2 años donde fijamos el inicio de este grupo social y el momento actual por el que está pasando, vamos a analizar cuál ha sido su evolución.

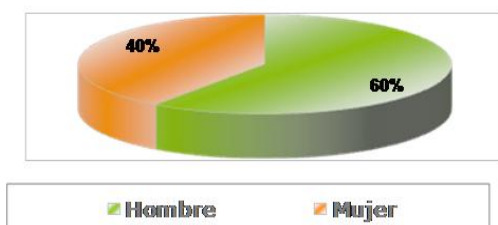
Vemos que en el año 2008, se ha incrementado ligeramente el porcentaje de mujeres "Singles", pasamos del 40% al 44%.

En el año 2008, la edad media de los "Singles" se eleva respecto al 2000, viendo un notable incremento en la franja de 40-44 años.

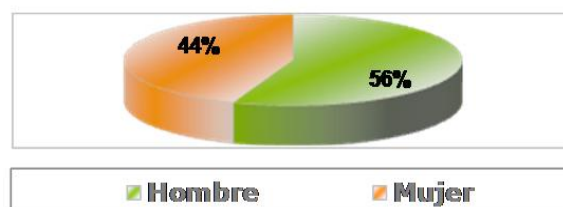
Analizado la evolución de este segmento en los 2 periodos analizados, podemos destacar la evolución de los tramos de edad, ampliándose el porcentaje en el tramo de 35-39 años y notablemente en el tramo de 40-44 años, lo que indica que los tramos de edad de los "Singles" se están ampliando y han dejado de ser solteros jóvenes para evolucionar a "Singles" con edades mayores.

Comparación Singles 2000 - 2008

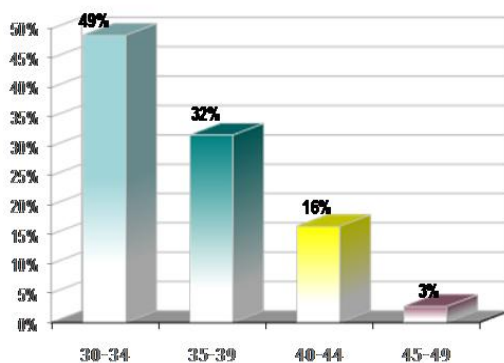
SEXO SINGLES 2000



SEXO SINGLES 2008

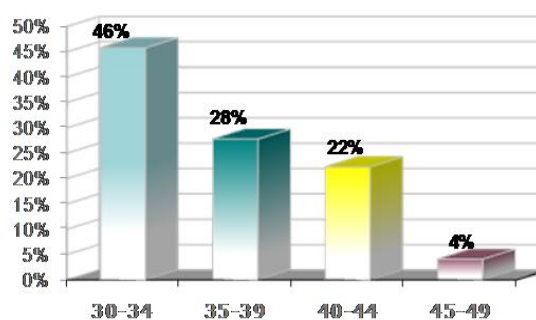


EDAD SINGLES 2000



FUENTE: EGM 3er. Año móvil 2000 Cuantificación: 1.562.000

EDAD SINGLES 2008



FUENTE: EGM 3er. Año móvil 2008 Cuantificación: 2.166.000

Gráfico 80. Comparación Singles 2000-2008. Sexo-Edad.

También podemos observar cómo ha aumentado la clase social alta, pasando de un porcentaje del 12% en el 2000 a 13% en el 2008.

El hábitat es similar en los 2 años, sin existir diferencias representativas. Y la región muestra incrementos destacables en Andalucía.

Comparación Singles 2000 - 2008

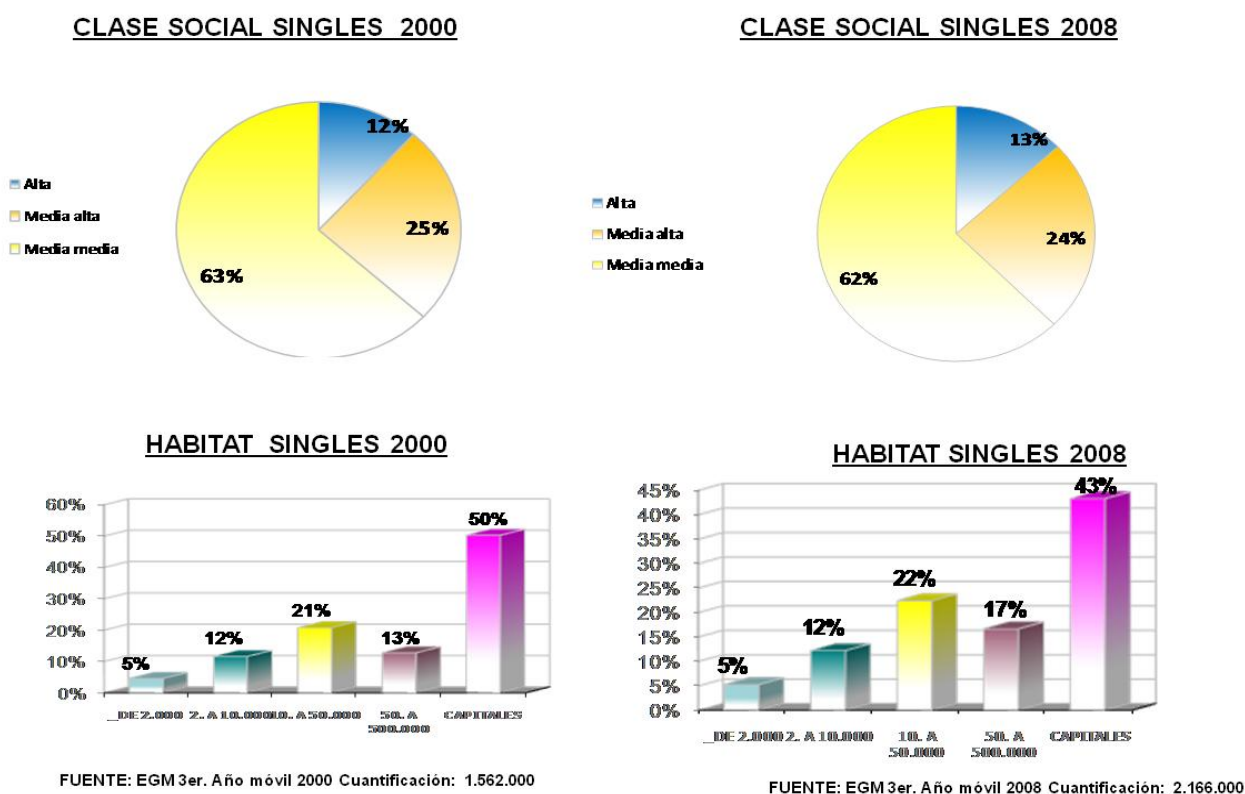


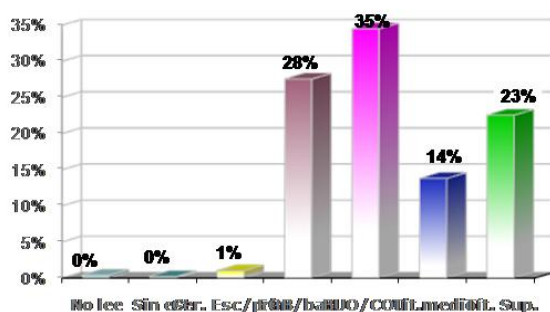
Gráfico 81. Comparación Singles 2000-2008. Clase social-Habitat.

El nivel de instrucción ha mejorado en el año 2008 respecto al 2000. Nos encontramos con una situación similar en los 2 años, sin existir diferencias representativas. Y la región muestra incrementos destacables en Andalucía, Comunidad Valenciana y en Madrid.

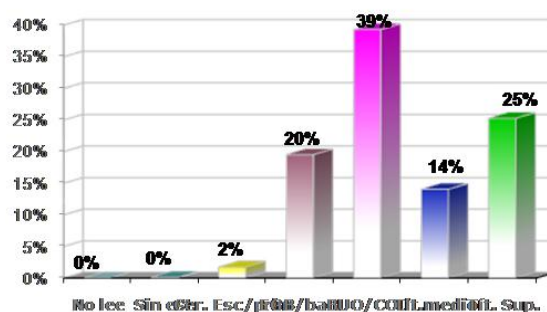
Analizando el estado civil de los “Singles”, vemos como en el 2008, ha disminuido el número de solteros, y ha aumentado el porcentaje de divorciados de un 8% en el 2000, a un 13% en el 2008. Esto se explica por dos razones, la edad de los “Singles” se ha ampliado, y cada vez existen más divorcios en la sociedad española.

Comparación Singles 2000 - 2008

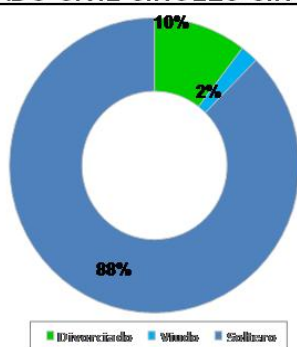
NIVEL DE INSTRUCCIÓN SINGLES 2000



NIVEL DE INSTRUCCIÓN SINGLES 2008

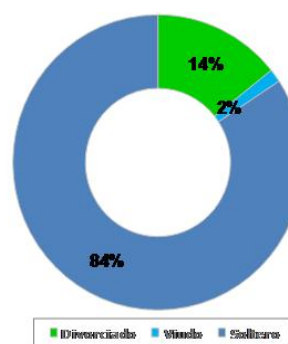


ESTADO CIVIL SINGLES SINGLES 2000



FUENTE: EGM 3er. Año móvil 2000 Cuantificación: 1.562.000

ESTADO CIVIL SINGLES SINGLES 2008



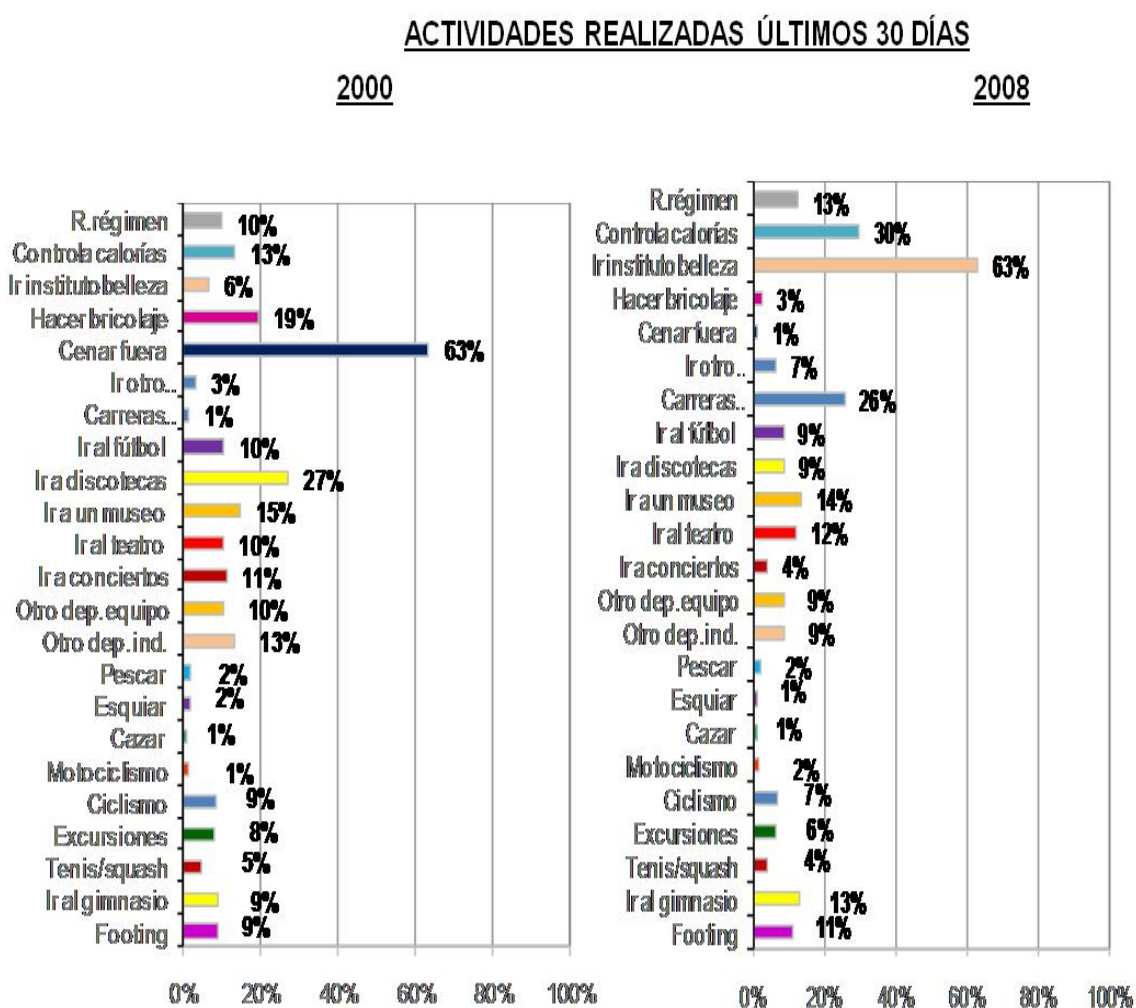
FUENTE: EGM 3er. Año móvil 2008 Cuantificación: 2.166.000

Gráfico 82. Comparación Singles 2000-2008. Nivel de instrucción-Estado civil.

6.5.2. Comparación Estilo de vida “Singles”.

Al comparar las actividades que los “Singles” realizados en los dos momentos definidos para este estudio, podemos ver cómo ha evolucionado, incrementando actividades relacionadas con el cuidado físico como ir a institutos de belleza o actividades o hacer régimen y has descendido actividades relacionadas con la vida social como cenar fuera de casa, ir a discotecas.

Comparación Singles 2000 - 2008



FUENTE: EGM 3er. Año móvil 2000 Cuantificación: 1.562.000

FUENTE: EGM 3er. Año móvil 2008 Cuantificación: 2.166.000

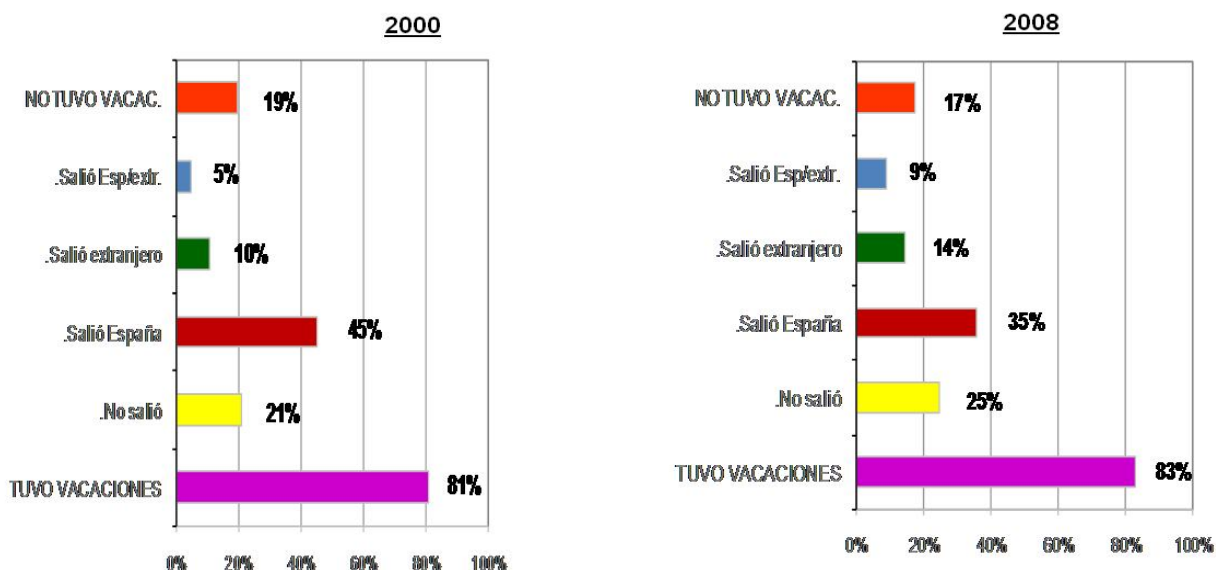
Gráfico 83. Comparación Singles 2000-2008. Actividades realizadas.

Respecto a los desplazamientos en vacaciones del último año, destacamos el aumento de porcentaje de personas que tuvieron vacaciones en el 2008 (un 83%) respecto del 2000 (81%), también aumenta el porcentaje de “Singles” que salieron al extranjero 2008 (un 14%) respecto del 2000 (10%).

El medio de transporte que ha tenido mayor crecimiento en este periodo, el avión.

Comparación Singles 2000 - 2008

DESPLAZAMIENTOS EN VACACIONES DEL ÚLT. AÑO



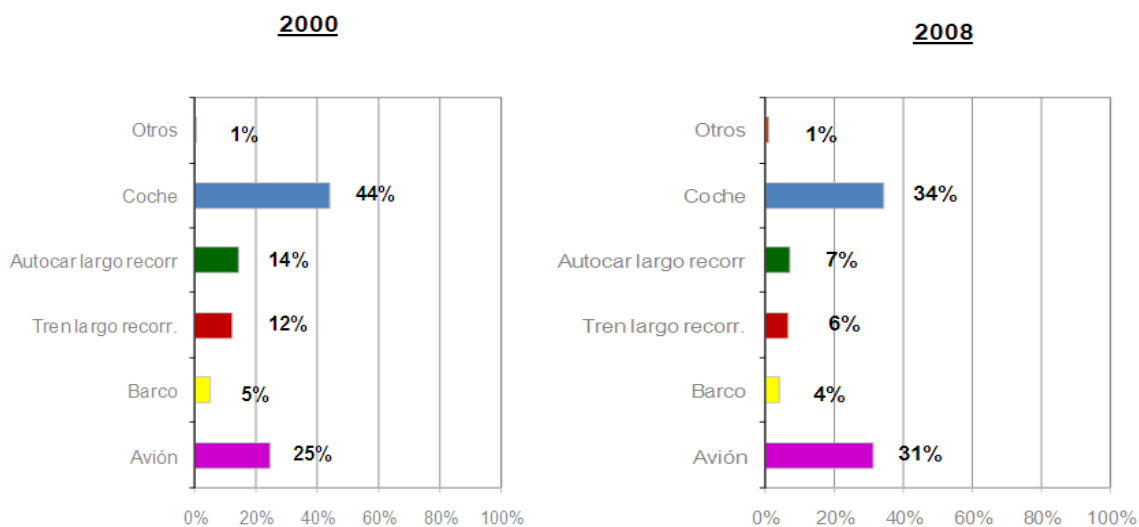
FUENTE: EGM 3er. Año móvil 2000 Cuantificación: 1.562.000

FUENTE: EGM 3er. Año móvil 2008 Cuantificación: 2.166.000

Gráfico 84. Comparación Singles 2000-2008. Desplazamientos.

Comparación Singles 2000 - 2008

MEDIOS DE TRANSPORTE EN VIAJES LARGOS USADOS EN EL ÚLTIMO AÑO



FUENTE: EGM 3er. Año móvil 2000 Cuantificación: 1.562.000

FUENTE: EGM 3er. Año móvil 2008 Cuantificación: 2.166.000

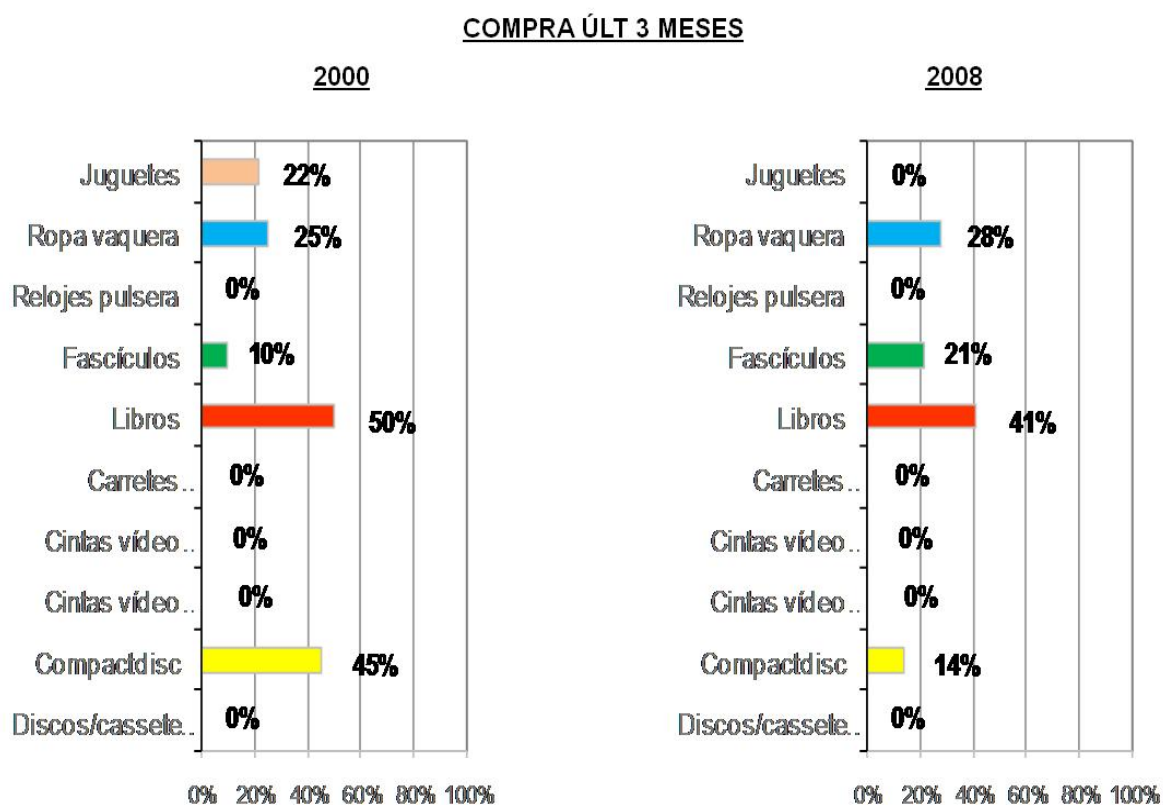
Gráfico 85. Comparación Singles 2000-2008. Medios de transporte.

Si analizamos el consumo que realiza, en los 2 periodos debemos destacar que ha disminuido la compra de numerosos productos, incluso de libros, incrementándose solamente el consumo de fascículos y de ropa vaquera en el 2008 respecto del 2000.

Hemos visto como ha aumentado el consumo de viajes en este segmento, cada vez mayor porcentaje sale de vacaciones, al extranjero y en avión. Si el nivel económico no ha variado notablemente el consumo ha cambiado de sector, cambiando los “Singles” sus prioridades.

Respecto a la posesión de bienes financieros, destacamos el incremento en el 2008 de los préstamos hipotecarios y personales, así como las tarjetas de crédito. También destacamos el incremento de Seguros de vida. Esto significa un mayor endeudamiento de este grupo social, y menos consumo de otros productos.

Comparación Singles 2000 - 2008



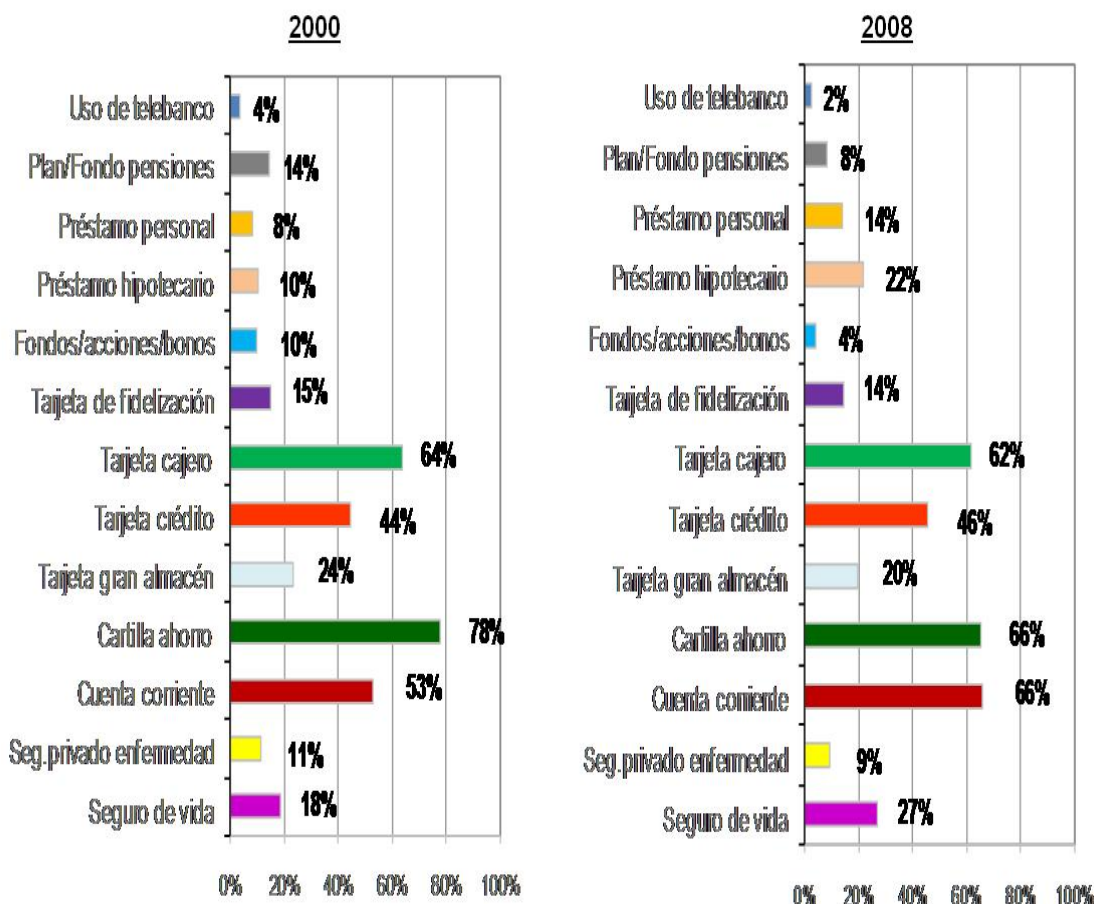
FUENTE: EGM 3er. Año móvil 2000 Cuantificación: 1.562.000

FUENTE: EGM 3er. Año móvil 2008 Cuantificación: 2.166.000

Gráfico 86. Comparación Singles 2000-2008. Compras.

Comparación Singles 2000 - 2008

POSESIÓN PERSONAL DE LOS SIGUIENTES BIENES O SERVICIOS



FUENTE: EGM 3er. Año móvil 2000 Cuantificación: 1.562.000

FUENTE: EGM 3er. Año móvil 2008 Cuantificación: 2.166.000

Gráfico 87. Comparación Singles 2000-2008. Posesión bienes.

6.5.3. Síntesis de la evolución.

Una vez analizados los 2 años donde fijamos el inicio de este colectivo, vamos a analizar cual ha sido su evolución. Podemos observar como en estos 8 años, los “Singles” también han “madurado” o ampliado su tramo de edad, cada vez la edad es superior.

El porcentaje de mujeres se ha incrementado del 40% al 44%.

El hábitat sigue siendo urbano, siendo la ciudad el núcleo de actividad de este segmento, tanto profesional como en su vida personal.

El nivel de instrucción ha mejorado en el año 2008 respecto al 2000 es similar.

Destacar que en el año 2008 ha disminuido el número de solteros respecto al 2000, pero ha aumentado el número de divorciados (hay cada vez más divorcios en la sociedad española).

Al comparar las actividades que los “Singles” realizadas en los dos momentos definidos para este estudio, podemos ver cómo ha evolucionado, incrementando actividades, relacionadas con el cuidado físico como ir a institutos de belleza también se han incrementado. Y ha descendido actividades relacionada con la vida social, cenar fuera, ir a discotecas.

En 2008 aumenta el número de desplazamientos en vacaciones, también aumenta el porcentaje de “Singles” que salieron de vacaciones en España, y al extranjero. El medio de transporte que ha tenido mayor crecimiento en este periodo ha sido el avión.

Si analizamos el consumo en los 2 periodos debemos destacar la disminución del presupuesto destinados a las compras y el aumento de los gastos en viajes.

También debido a esta situación económica pueden permitirse realizar inversiones en productos financieros. Prestamos hipotecarios y personales.

6.6. Conclusiones.

A efectos de las estas definiciones de Single, la nuestra sería individuos de 30-45 años sin pareja estable, solteros, separados, divorciados o viudos. Podemos ampliar esta definición diciendo que el Single (nombre ingles cuyo significado es solo) es una evolución de la persona sin pareja que en épocas pasadas de denominaba “solteros”. Lo que diferencia a estos 2 segmentos es la evolución en su estilo de vida. Los “Singles” como veremos en este estudio, han adoptado un estilo de vida propio, llegando a ser un segmento muy interesante para el mercado.

Comenzábamos este capítulo definiendo al segmento de “Singles” en función de las siguientes características: individuos de 30-45 años sin pareja estable, solteros, separados, divorciados o viudos. Ampliábamos esta definición diciendo que lo que hacía especial a este segmento era su estilo de vida, como habían evolucionado a lo largo de los años, y por qué razón habían adquirido importancia para el mercado.

INDIVIDUOS EDAD 30-45. Hemos podido ver como los “Singles” tienen su mayor porcentaje en jóvenes debido a que el estado civil dominante es soltero. Pero la evolución en su edad que han tenido en estos 8 años nos muestra como cada vez esta edad se va ampliando en franjas mayores. En estos últimos años el número de personas divorciadas o separadas está incrementándose notablemente.

URBANO. Este segmento desarrolla su vida en el ámbito urbano. Por el ritmo de vida que tenemos, el tiempo dedicado al trabajo y la dificultad para las relaciones sociales, las grandes ciudades son un núcleo importante para los “Singles”.

CLASE SOCIAL. Como hemos estado viendo, la clase social de los “Singles” es similar al de total Ind. >25. Aunque el concepto que tenemos de “Singles” es que su nivel de vida es superior a la media, ya que sus ingresos están destinados para consumo personal, debemos tener en cuenta que en este estudio hemos incluido en la definición de “Singles”, otros grupos como divorciados, separados y viudos donde las cargas familiares son mayores y su poder adquisitivo disminuye... Al hacer media con estos grupos la clase social cambia, ya que su poder adquisitivo es menor que el de los solteros.

ESTILO DE VIDA. Los “Singles”, principalmente los solteros tienen un estilo de vida donde su persona adquiere gran importancia. La mayor parte de sus ingresos está dirigida a actividades relacionadas con el ocio como: Cenar fuera de casa, ir a discotecas, ir a museos, conciertos, al cuidado personal (deportes). El sector turístico también encuentra en este segmento un grupo importante, ya que viajan más que la media, realizando viajes al extranjero. De aquí podemos deducir la importancia del ocio para este grupo social.

CAPÍTULO 7: ANÁLISIS COMPARATIVO
DE LOS "YUPPIES"- "SINGLES"

7.1. Análisis comparativo de los "Yuppies"- "Singles".

7.1.1. Análisis comparativo Perfil sociodemográfico.

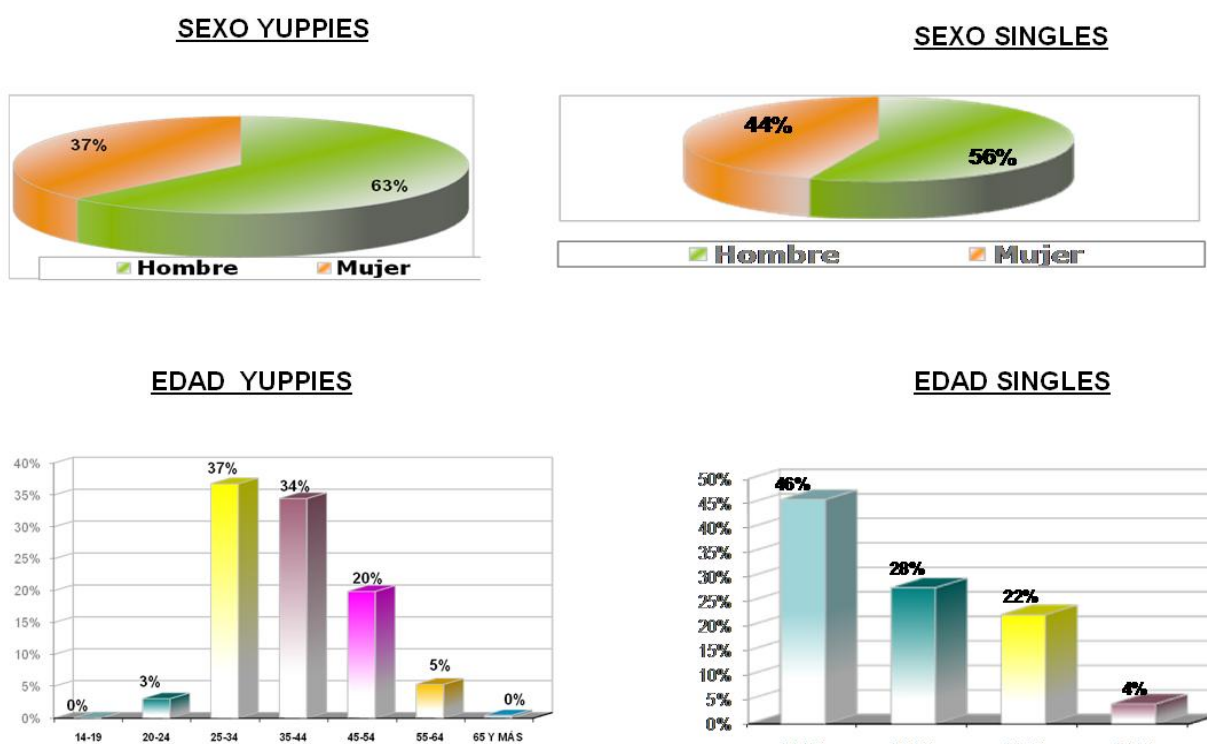
Una vez analizados estos 2 segmentos, vamos a compararlos para ver que semejanzas y diferencias encontramos en estos segmentos. Estamos realizando el análisis en 2 momentos diferentes, en los "Yuppies" en el año 1995, cuando estaban en su momento de mayor éxito, y los "Singles" en la actualidad en 2008.

Respecto a la distribución según el sexo, los "Yuppies" son claramente masculinos. Es un segmento donde los hombres están en clara mayoría, mientras que en los "Singles" el sexo está más equilibrado.

Encontramos diferencias en la edad. En el segmento definido como "Yuppies" encontramos que las franjas de edad con mayor porcentaje se sitúan entre los 25-44 años, mientras que en los "Singles" los porcentajes mayores se encuentran en los segmentos de 30-34 años ampliándose en los últimos años el segmento de 35-39 años.

Son segmentos claramente diferentes, los "Yuppies" es un segmento masculino, profesional y con una edad superior que coincide con su vida laboral.

Comparación Yuppies 1995- Singles 2008



FUENTE EGM 3er. A.c. móvil 1995 Cuantificación: 1.546.000

FUENTE: EGM 3er. Año móvil 2008 Cuantificación: 2.166.000

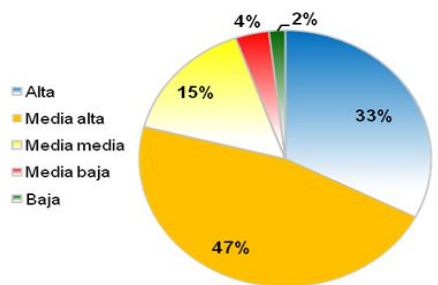
Gráfico 88. Comparación Yuppies 1995-Singles 2008. Sexo-Edad

Respecto a la clase social, en el segmento e “Yuppies” predominan las clases media-alta y alta, mientras que en los “Singles” predominan las clases media-media y media alta.

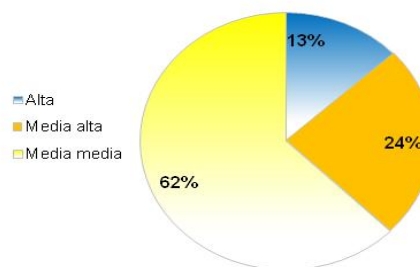
Respecto al hábitat es destacable el mayor porcentaje que hay en las capitales en el segmento de “Yuppies” (un 56%), por estilo de vida, por su edad y oportunidades profesionales es un grupo social urbano.

Comparación Yuppies 1995- Singles 2008

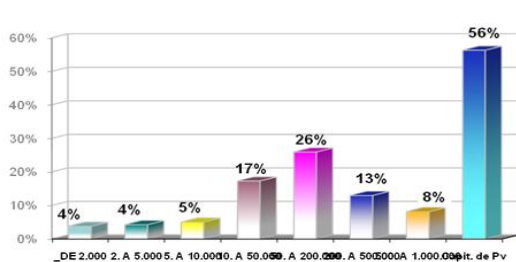
CLASE SOCIAL YUPIES



CLASE SOCIAL SINGLES

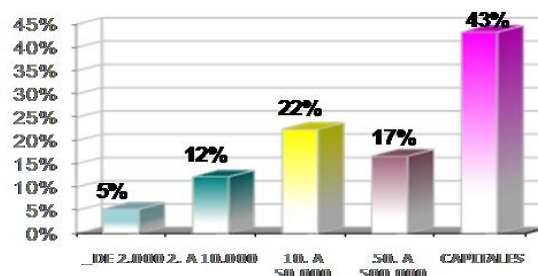


HABITAT YUPIES



FUENTE EGM 3er. A.c. móvil 1995 Cuantificación: 1.546.000

HABITAT SINGLES



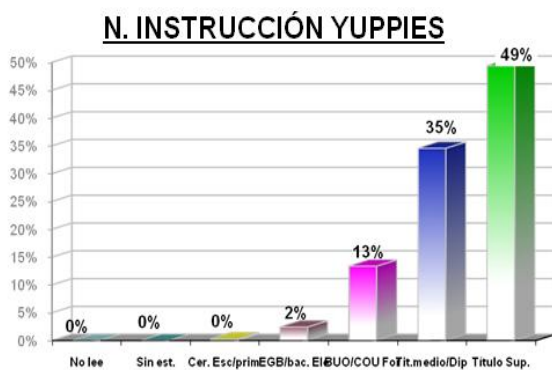
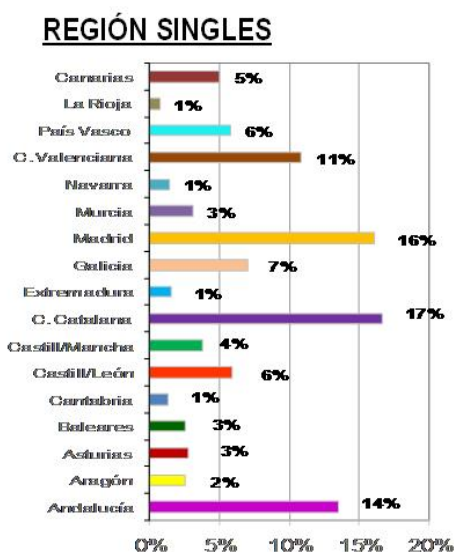
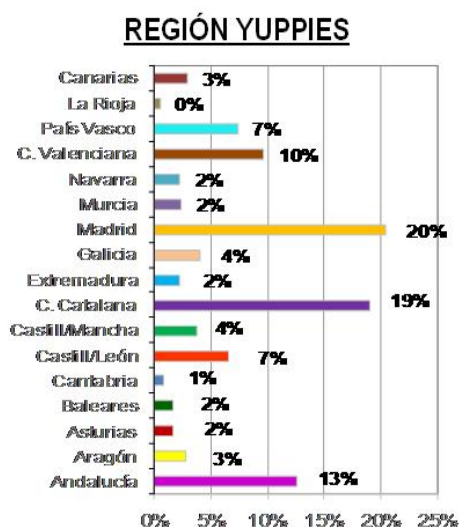
FUENTE: EGM 3er. Año móvil 2008 Cuantificación: 2.166.000

Gráfico 89. Comparación Yuppies 1995-Singles 2008. Clase social- Hábitat

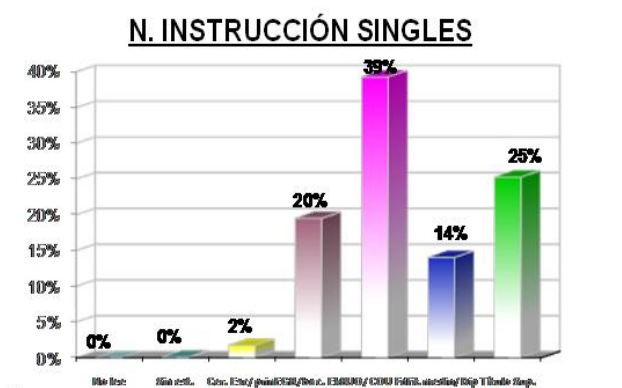
Observando la Región, vemos que la distribución que los “Yuppies” tienen mayor porcentaje en Madrid y C.Catalana (justificable por ser las regiones donde las oportunidades laborales son mayores).

En el nivel de instrucción si vemos diferencias, los “Yuppies” tienen un nivel de instrucción superior al de los “Singles” aumentando los porcentajes en titulados medios y superiores, mientras que los “Singles” tienen una menor preparación, de nivel medio.

Comparación Yuppies 1995- Singles 2008



FUENTE EGM 3er. Ac. móvil 1995 Cuantificación: 1.546.000



FUENTE: EGM 3er. Año móvil 2008 Cuantificación: 2.166.000

Gráfico 90. Comparación Yuppies 1995-Singles 2008. Región-N. Instrucción.

7.1.2. Análisis comparativo Estilo de vida.

Si analizamos las actividades realizadas por los dos segmentos “Yuppies” frente a “Singles” podemos ver como que los “Yuppies” tienen un porcentaje mayor en actividades relacionadas con la cultura como ir a museos, a espectáculos y a conciertos. También el cuidado físico es muy importante, destacando el porcentaje que hace deporte. Para los “Singles” también es muy importante el cuidado del cuerpo, la cultura y el deporte.

Estilo de vida Yuppies 1995- Singles 2008

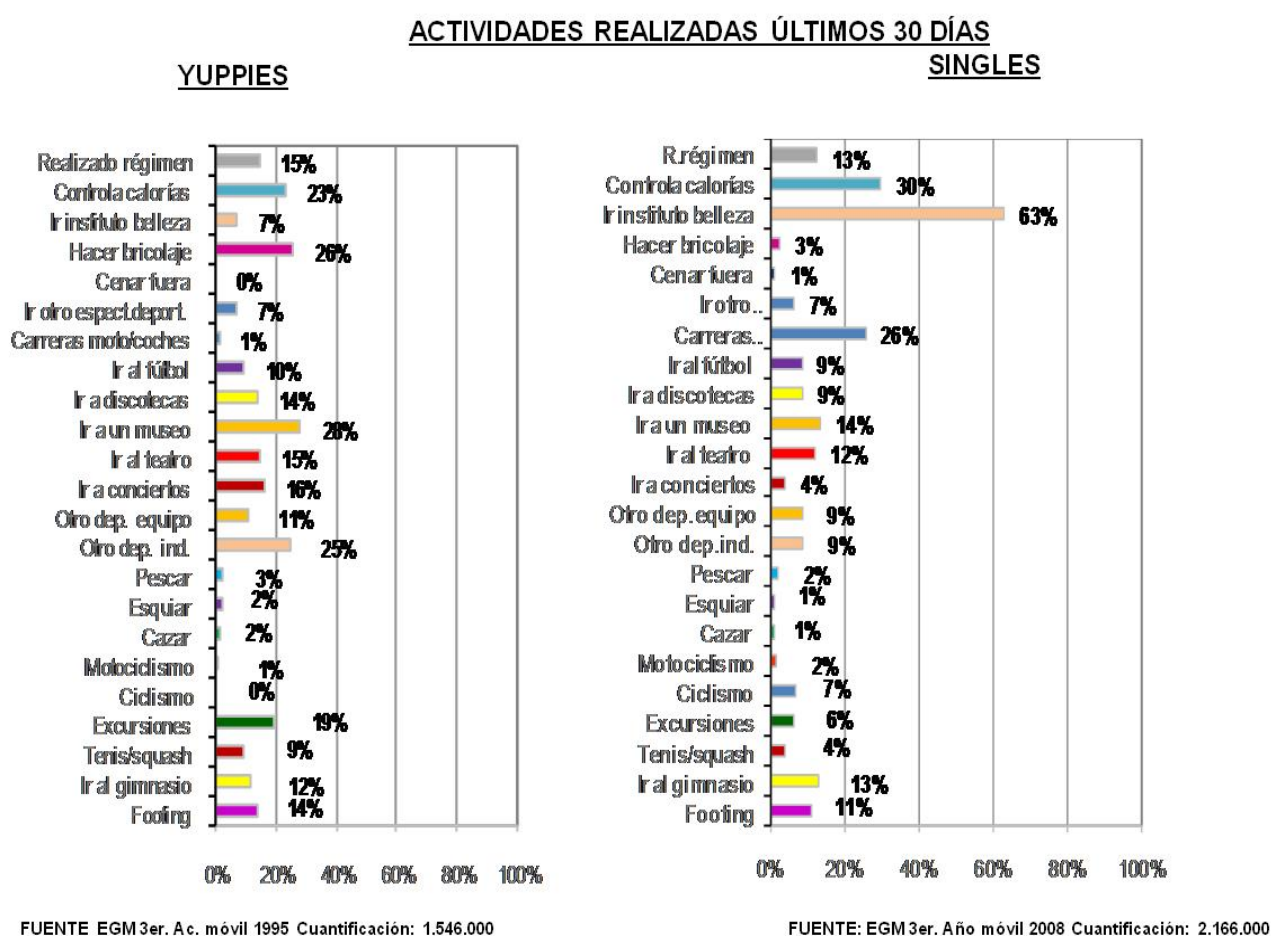
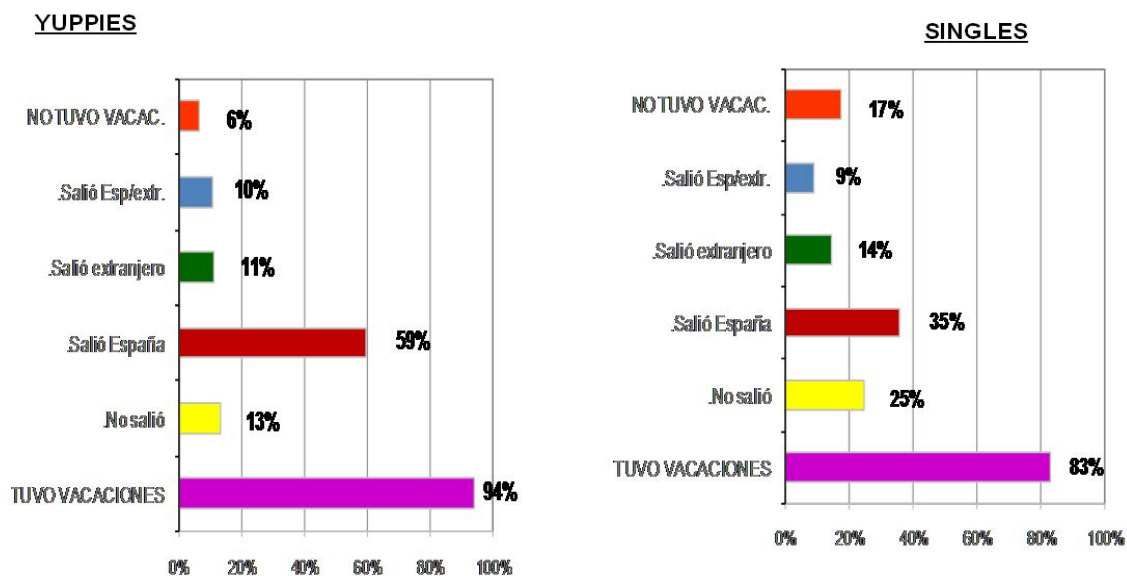


Gráfico 91. Comparación Yuppies 1995-Singles 2008. Actividades realizadas.

Respecto a los desplazamientos en vacaciones del último año, destacamos el mayor porcentaje de personas que tuvieron vacaciones en los “Yuppies” respecto a los “Singles”, es similar el porcentaje que salió al extranjero. Los medios de transporte utilizados por los “Yuppies” para sus desplazamientos destacamos el avión, y en los “Singles” el coche. Esto indica un nivel de gasto superior de los “Yuppies”.

Estilo de vida Yuppies 1995- Singles 2008

DESPLAZAMIENTOS EN VACACIONES DEL ÚLTIMO AÑO



FUENTE EGM 3er. Ac. móvil 1995 Cuantificación: 1.546.000

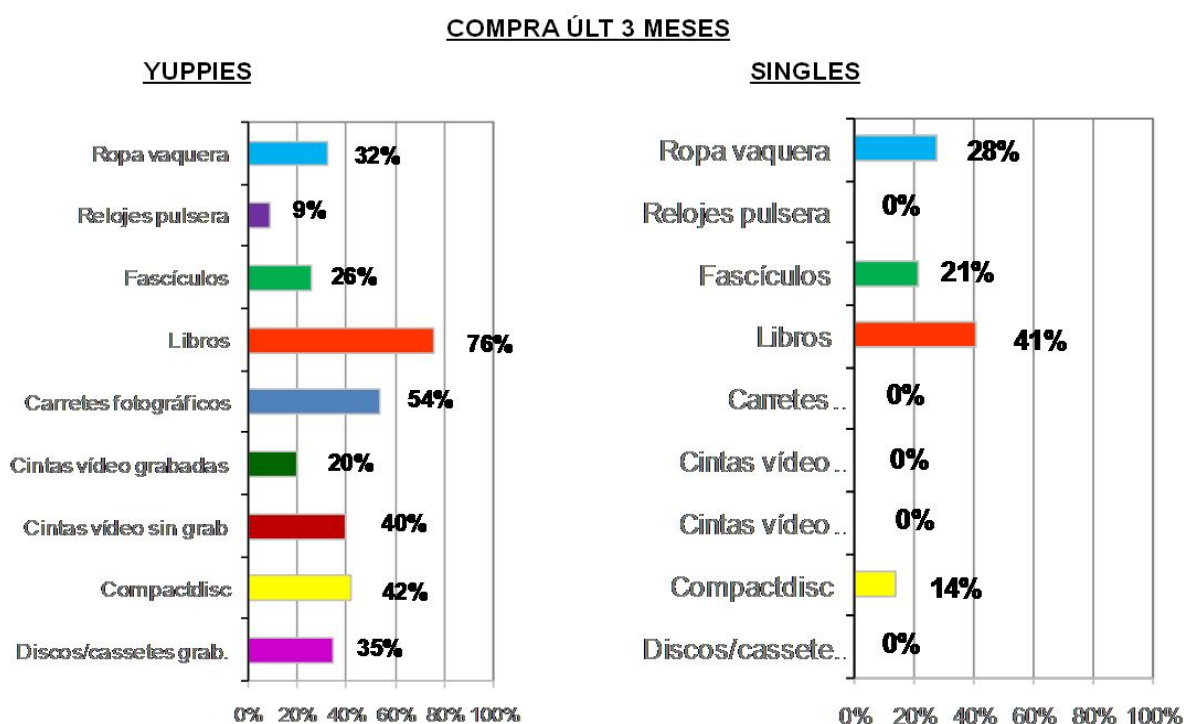
FUENTE: EGM 3er. Año móvil 2008 Cuantificación: 2.166.000

Gráfico 92. Comparación Yuppies 1995-Singles 2008. Desplazamientos vacaciones.

Al comparar los dos segmentos podemos ver que los “Yuppies” realizan compras relacionadas con sus actividades culturales, libros fascículos, música y aunque en “Los Singles” el porcentaje en libros y fascículos es importante no llega a los niveles de consumo de los “Yuppies”.

Destacamos que aunque en el 2008 EGM sigue controlando las compras en productos como Carretes fotográficos o cintas de video, estos productos casi han desaparecido debido a la aparición del DVD y la fotografía digital.

Estilo de vida Yuppies 1995- Singles 2008



FUENTE EGM 3er. Ac. móvil 1995 Cuantificación: 1.546.000

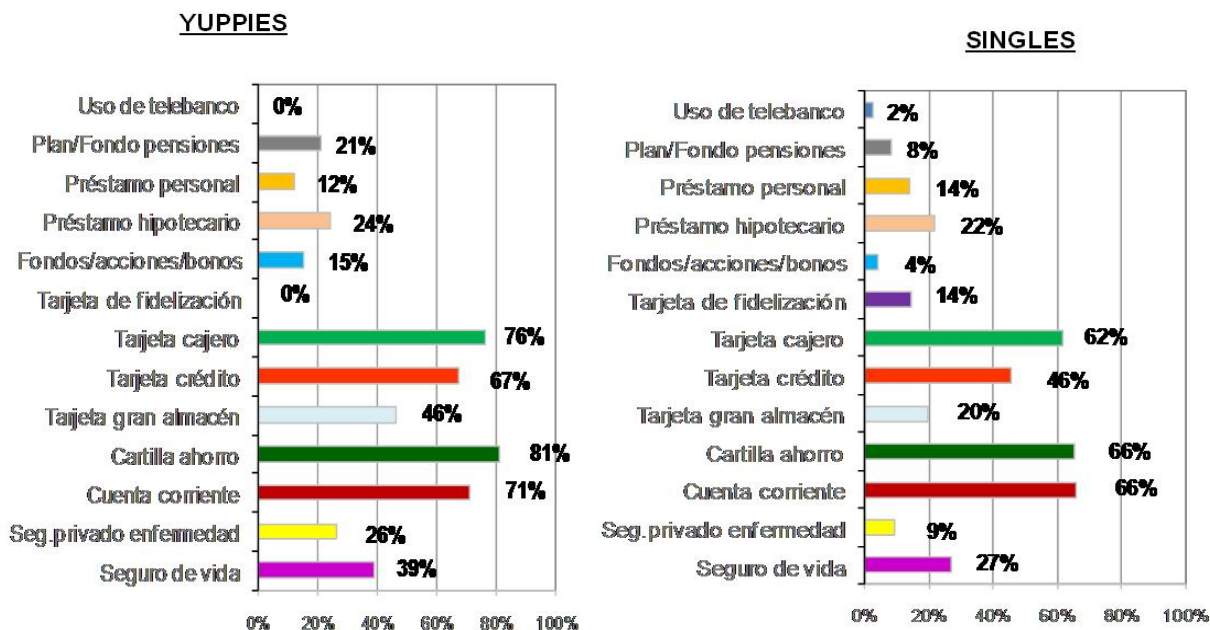
FUENTE: EGM 3er. Año móvil 2008 Cuantificación: 2.166.000

Gráfico 93. Comparación Yuppies 1995-Singles 2008. Compras.

Respecto a la posesión de bienes financieros, destacamos en el análisis que los “Yuppies” tienen mayor porcentaje en posesión de tarjetas de cajero y de crédito y seguros y préstamos personales. Y tienen un porcentaje menor que el grupo “Singles” en fondos, acciones y bonos y tarjetas de fidelización.

Estilo de vida Yuppies 1995- Singles 2008

POSESIÓN PERSONAL DE LOS SIGUIENTES BIENES O SERVICIOS



FUENTE: EGM 3er. Ac. móvil 1995 Cuantificación: 1.546.000

FUENTE: EGM 3er. Año móvil 2008 Cuantificación: 2.166.000

Gráfico 94. Comparación Yuppies 1995-Singles 2008. Posesión bienes.

7.2. Conclusiones.

	YUPPIES 1990	YUPPIES 1995	SINGLES 2000	SINGLES 2008
PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO				
EDAD	25-44	25-54	30-39	30-44 (incremento edad)
CLASE SOCIAL	MEDIA ALTA-ALTA	MEDIA ALTA-ALTA (incremento)	MEDIA MEDIA-MADIA ALTA	MEDIA MEDIA-MADIA ALTA
HABITAT	CAPITALES	CAPITALES	CAPITALES	CAPITALES
SEXO	MASCULINO	MASCULINO	MASCULINO	MASCULINO-FEMENINO (incremento)
NIVEL ESTUDIOS	SUPERIOR 3er. GRADO	SUPERIOR 3er. GRADO	MEDIO-MEDIO ALTO	MEDIO-MEDIO ALTO
ESTADO CIVIL	CASADO	CASADO (familiar)	SOLTERO	-SOLTEROS + DIVORCIADOS
ESTILO DE VIDA				
ACT. DESTACAN	MUSEOS-DISCOTECAS-DEPORTE	MUSEOS-DEPORTES CUIDADO FÍSICO	CENAR FUERA-DISCOTECAS	CUIDADO FÍSICO -VIDA SOCIAL
DESPLAZAMIENTO VACACIONES	NACIONAL- EXTRANJERO	NACIONAL -EXTRANJERO (disminuye)	NACIONAL- EXTRANJERO	NACIONAL-EXTRANJERO (incremento)
MEDIOS DE TRANSPORTE	COCHE	AVIÓN	COCHE	COCHE-AVIÓN (incremento)
COMPRAS	LIBROS-FOTOS-DISCOS	LIBROS-FOTOS-DISCOS (incremento consumo)	LIBROS-MÚSICA-FOTOS	LIBROS-MÚSICA-FOTOS
POSESIÓN BIENES	CARTILLA AHORRO-CUENTA C. -TAJ. CAJERO	CARTILLA AHORRO-CUENTA C. -TAJ. CAJERO	CARTILLA AHORRO -TAJ. CAJERO-CUENTA C.	CARTILLA AHORRO -CUENTA C.-TAJ. CAJERO

Las conclusiones que podemos extraer de este análisis comparativo son las siguientes:

Los 2 grupos sociales son un reflejo de la sociedad de una época, los “Yuppies” de la década '90 y los “Singles” de la década '00.

Los perfiles sociodemográficos que hemos observado, reflejan que los segmento de los “Yuppies” y los “Singles tienen alguna variable como la del habitat, pero se diferencian en la gran mayoría de las variables analizadas:

Edad, existen claras diferencias entre los dos segmentos. Los “singles” tienen una edad de inicio superior ya que el segmento ha sido definido partir de los 30 (ya que los más jóvenes es normal que todavía estén solteros).

Respecto a la clase social, los “Yuppies” son de una clase social más elevada (su nivel de ingresos es mayor).

Los “Yuppies” son en su mayoría del sexo masculino, los “Singles” también, aunque analizando la evolución del año 2000 al 2008, vemos como cada vez hay más mujeres.

También el nivel de estudios es superior en el segmento de los “Yuppies”, donde predomina el grado superior y el 3er. Grado.

Y respecto al estado civil, el que predomina en los “Yuppies” es el casado (familiar, tradicional), y en los “Singles” es soltero (independiente, menos tradicional) aunque en los últimos años y siguiendo los cambios de la sociedad es cada vez mayor el número de divorciados.

Analizando el estilo de vida de estos 2 segmentos, podemos decir que en los “Yuppies” viene definido por su nivel de ingresos (alto) por su status social y su nivel cultural.

Los “Yuppies” dedican su tiempo de ocio a actividades culturales, a viajar, en un nivel superior a la media de la sociedad.

Los “Singles” también tienen un nivel de vida propio, pero no solo influenciado por su nivel de ingresos, si no por su estilo.

Dedican gran parte de su tiempo de ocio al cuidado personal, a los viajes nacionales y al extranjero y a las compras. Tienen un consumo personal, ya que un porcentaje muy alto está soltero y viven para ellos mismos.

CAPÍTULO 8: VERIFICACIÓN DE LOS OBJETIVOS

8.1 Análisis de la estructura social.

1º: Analizar la sociedad española de las últimas décadas, los cambios que han tenido lugar en los ámbitos político, económico y social, y de esta manera tener el punto de partida para la tesis doctoral.

En la primera parte de esta tesis doctoral hemos realizado un estudio de los cambios acontecidos en las últimas décadas en los ámbitos político, económico y social, destacando cuales han sido los acontecimientos más relevantes. Este estudio llegaría hasta el análisis de la situación actual. Las conclusiones que hemos podido extraer en cada ámbito serían las siguientes:

POLÍTICA

El cambio de un régimen de Dictadura, a la Democracia en la que actualmente vivimos supuso uno de los mayores fenómenos políticos de esta década, y los cambios que acontecieron posteriormente, como las elecciones democráticas, la creación de la Constitución española, los sucesivos gobiernos con diferentes ideologías elegidos por el pueblo español, han hecho que la situación política este enmarcada en un clima de libertad política y de expresión,

Esta situación llega hasta nuestros días, ya que la sociedad española ha elegido al gobierno que en la actualidad está en el poder PSOE, teniendo la posibilidad de ejercer su libertad de expresión, su acuerdo o desacuerdo, y con el derecho al voto hacer que se oiga su opinión, derecho que nos viene dado por esa Democracia que se estableció en la década de los ´70.

La entrada de España en la OTAN y en la Comunidad Europea también supuso un avance político beneficioso para la sociedad española. La **adhesión a la Comunidad Económica Europea** en junio de 1985, hace que España no esté aislada y forme aparte de la Comunidad Europea.

ECONOMÍA

En el ámbito de la economía destacaríamos acontecimientos como **la Reversión industrial** que dio como resultado un fuerte aumento del output potencial de la economía y de la competitividad de sus productos, en un marco de mayor productividad y menores precios, un incremento considerable de los pedidos de bienes industriales españoles en el resto del mundo, fundamentalmente, en los países del Mercado Común.

También destacamos el Sistema de protección social cuyo objetivo fue: sanear y consolidar el sistema público vigente, reforzando carácter contributivo. El acuerdo de consolidación y racionalización del sistema de protección social, se alcanzó en **el Pacto de Toledo, en 1996**: mantenimiento del poder adquisitivo de los pensionistas; mejora de las prestaciones insuficientes.

Incorporación a la Comunidad Económica Europea, lo que supuso **una apertura de España al mundo y un fortalecimiento de la política económica en Europa. Es destacable** el establecimiento de una Unión Económica y Monetaria, en la que una única moneda (el euro) sería el patrón de cambio de todos sus estados miembros.

Podemos observar como todos estos acontecimientos han hecho que la economía española tomará el pulso a la economía europea, como se desprende del análisis de los epígrafes anteriores, los veinticinco años de período constitucional han supuesto una mejora incuestionable de la economía española.

Pero la situación económica en la actualidad es complicada: crisis hipotecaria, las previsiones de crecimiento, endurecimiento de las condiciones de acceso al crédito, el deterioro de la confianza de los agentes económicos, y el menor efecto riqueza derivado de la moderación de los precios de los activos bursátiles e inmobiliarios.

En estos momentos la economía española presenta ligeros brotes de recuperación, pero se verá resultados tangibles en uno o dos años más, según el FMI.

La crisis económica sigue dando fuerte en España, pero lo más preocupante es el alarmante aumento de parados que finalizando el mes de marzo llegó a 4 millones, cifra inimaginable antes de iniciarse la crisis. España lidera el nivel de desempleo en la zona Euro, la alarmante cifra llega a 4 millones de parados.

SOCIEDAD

Podemos observar en la sociedad española de estas décadas:

Un cambio en el mundo de los valores, de las costumbres y actitudes, la sociedad española se ha hecho cada vez más tolerante. También un cambio en el ámbito laboral: aparición del paro, mayor formación y especialización de los trabajadores. La incorporación de la mujer al trabajo también refleja la evolución y modernización de esta sociedad.

Aparece una nueva clase social: la clase media, con poder adquisitivo que cambiará los hábitos de consumo.

El fenómeno de la inmigración surge cada vez con más fuerza, haciendo que se produzcan cambios sociales. El imprevisible, rápido e intenso crecimiento (en quince años un nivel similar en porcentaje de población extranjera al que registran países como Francia o Alemania, que llevan prácticamente medio siglo recibiendo inmigrantes y cuyas políticas migratorias han ido pasando por muy diferentes etapas) de la población experimentado en los últimos años por efecto de la inmigración ha cambiado extraordinariamente la composición de la sociedad española, que ya cuenta entre sus efectivos con un 10 por 100 de extranjeros.

España se encuentra en pleno proceso intensivo de asimilación del fenómeno migratorio y eso se refleja cada vez más, no sólo en el mercado laboral, el consumo y la economía en general que se han abordado en capítulos precedentes de esta Memoria, sino en todas las esferas de la vida pública y las políticas sociales.

Actualmente y con la crisis en la que la sociedad está inmersa, el consumo de las familias españolas ha intensificado su deterioro, arrastrado por la crisis financiera global. Por un lado, la riqueza de los hogares se está viendo afectada por la negativa evolución del precio de los activos, tanto financieros como inmobiliarios.

Por otro, la renta de los hogares sufre la erosión del deterioro del mercado laboral.

Sin embargo, existen elementos de soporte que pueden frenar la caída del consumo.

8.2 Análisis de la estructura social por segmentos.

2º: Conocer la estructura y comportamiento de los nuevos segmentos sociales (definidos en esta tesis) que han surgido en las últimas décadas: análisis sociodemográfico.

Después de realizar el análisis de la sociedad española de las últimas décadas, los cambios que han tenido lugar en los ámbitos político, económico y social, y de esta manera tener el punto para la tesis doctoral hemos analizado varios periodos de tiempo que nos servirán de contexto para poder situar a los segmentos definidos y ver las diferencias o similitudes que estos segmentos han tenido con la sociedad de su “tiempo”.

Antes de definir y analizar los 2 grupos sociales que hemos elegido para este estudio, hemos querido investigar otro grupo social surgido en décadas anteriores y que pueden servirnos como antecedente a los “Yuppies” y a los “Singles”. El análisis presentado de este segmento los “Hippies”, no es tan exhaustivo pero si nos da unas breves nociones de información de cómo era la sociedad, y porque surgió este grupo social.

CONTEXTO SOCIAL EN EL QUE SURGEN EL SEGMENTO “HIPPIES”: SOCIEDAD ‘60.

Las clases medias y populares mejoraron notablemente en las condiciones de vida ayudadas por la intervención del llamado “estado de bienestar”. Además, el pleno empleo, el sistema de seguridad social asegurado por ese “estado de bienestar” y la transformación de algunos servicios que antes eran privados (sanidad, educación, transporte, etc.) en públicos, permitió también una notable mejora en la mayoría de los trabajadores.

Estas mejoras económicas, provocó en la sociedad en general una aletargamiento y un adormecimiento en cuanto a los reclamos y las luchas obreras. Todas estas transformaciones en la sociedad, fueron incubando la protesta juvenil que vendría.

Otro síntoma de los cambios de la época, fue la significativa explosión demográfica y la fuerte crisis que sufrió la institución “familia”.

Dos grandes movimientos también cobraron fuerte impulso en la década del ‘60: uno era el “liberación femenina” y el otro el de la lucha contra la discriminación étnica.

- Clases medias mejoran la calidad de vida. Intervienen “Estado del bienestar”.
- Pleno empleo.
- Sistema seguridad social asegurado

- Transformación servicios privados (sanidad, educación, transporte) en público.
- Mejoras económicas en la sociedad.
- Sistema burgués.

En ese marco, en esta década, muchos jóvenes comenzaron a ensayar experiencias no convencionales. Consideraban mediocre y aburrido el mundo “burgués” e iniciaron una búsqueda hacia una vida espiritual y en contacto con la naturaleza. A toda esta búsqueda e iniciativas de los jóvenes, se la comenzó a conocer como “**movimiento hippie**”.

LOS “HIPPIES”. CARACTERÍSTICAS Y EVOLUCIÓN.

Definición: Los “Hippies” Fue un movimiento juvenil que tuvo lugar en los últimos años de la década de 1960 y que se caracterizó por la anarquía no violenta, la preocupación por el medio ambiente y el rechazo al materialismo occidental. Los hippies formaron una **contracultura** políticamente atrevida y antibelicista, y artísticamente prolífica en Estados Unidos y en Europa. Su estilo psicodélico y lleno de colorido estaba inspirado por drogas alucinógenas como el ácido lisérgico (LSD) y se plasmaba en la moda, en las artes gráficas y en la música de cantantes como Janis Joplin o de bandas como Love, Grateful Dead, Jefferson Airplane y Pink Floyd.

Surgió en EEUU y se extendió a Europa. El origen, fue una reacción a las profundas alteraciones que había producido la segunda guerra mundial, en la sociedad y en la cultura.

Los “hippies”, tomaron como actitud contestataria, retirarse de la sociedad a la que condenaban por actitud cómoda y conservadora. Comenzaron, entonces, a reunirse en comunas, constituidas como organizaciones libres y sin jerarquías, en total contraposición de lo que pasaba en la sociedad burguesa. Las reuniones de los hippies se volvieron cada vez más conocidas, pero la que quedó instalada en la memoria, fue el festival de “Woodstock” en 1969, en el cual se reunieron durante tres días, medio millón de jóvenes. Además, el movimiento hippie encontró en el rock, un modo de expresión inigualable, sus valores básicos fueron la tolerancia y el amor. La guerra de Vietnam, fue también un hecho clave, que mostró al movimiento en total oposición al conflicto bélico, su gran inconformismo se manifestó en diversas movilizaciones en contra de la guerra y de todo tipo de violencia.

El hecho de usar el cabello largo, para ambos sexos y su forma particular de vestir, actuaba como una señal de pertenencia y una muestra de su actitud contestataria y contracultural.

Se caracteriza por ser un movimiento juvenil en la década '60, caracterizada por la anarquía no violenta, preocupación por el medio ambiente y el rechazo al materialismo occidental.

- Movimiento antisocial. Contra sociedad burguesa.
- Reuniones en comunas
- Oposición guerra Vietnam. Hecho clave. Movilizaciones.
- Estilo pelo largo y estilo afroamericano.
- Festival Woodstock. Acontecimiento emblemático.
- También clave la liberación homosexual.

En el siguiente **cuadro resumen**, podemos observar las características más destacables de la década analizada, y también las características del segmento de los “hippies”. Podemos observar como el “movimiento hippie” surge en contraposición a la sociedad de esta época, con características propias y en contra de las normas establecidas

CUADRO RESUMEN: CONTEXTO: SOCIEDAD '60- "HIPPIES".

	DECADA '60	HIPPIES
DECADA '60	La clase social media mejora condiciones vida	Surgen en EEUU, luego llegan a Europa
	Pleno empleo	Es un movimiento juvenil
	Seguridad Social garantizada	Es un movimiento antiburgues, antisocial
	Servicios públicos	Anarquía no violenta
	Mejora la economía de la sociedad	Preocupación medio ambiente
		Se reúnen en comunas
		Estilo pelo largo, afroamericano
	Son contrarios a la guerra de Vietnam	
	Acontecimiento clave: Festival de Woostock.	

Conclusiones: Los “Hippies”, en los años 60, nacieron como un movimiento antisocial, antiburgues, en contra de las normas establecidas por la sociedad de su época. Querían cambiar el mundo, con su ideología, su forma propia de ver y vivir la vida. Nacieron como un movimiento antisocial.

Si seguimos avanzando en el tiempo, descubrimos que en la década de los '70-'80 el segmento surgido en España y más concretamente en Madrid fue el denominado “jóvenes de la movida madrileña”, no surge en contra de la sociedad de su época, sino gracias a la nueva situación adquirida por la misma. Gracias a la Democracia surgen nuevas libertades,

una nueva clase media, mayor poder adquisitivo... y en este contexto los jóvenes que han visto como se ha pasado de una Dictadura a una Democracia, llevan esta libertad al límite creando un estilo de vida, una moda, una música propia que hace que sean más “modernos” que la sociedad de su época.

ANÁLISIS 1ºer. SEGMENTO: CONTEXTO SOCIAL EN EL QUE SURGEN EL SEGMENTO “YUPPIE”: SOCIEDAD '90.

Hemos realizado un análisis de la sociedad de la década de los '90, ya que este ha sido el contexto donde hemos situado el nacimiento (1990) y la evolución (1995) del 1er. segmento definido en esta tesis.

Las razones para definir estos años han sido las siguientes: aunque localizamos el inicio de los “Yuppies” a finales de los años '80, para poder tener datos comparables hemos tenido que utilizar el primer año de la década de los '90. Y para ver cómo ha evolucionado este segmento de la población, se ha realizado el mismo análisis cinco años después, en 1995 y hemos comparado los “Yuppies” con un segmento de referencia, individuos >25 (considerando el total población representativo para la comparación).

Estas serían los hechos más representativos que podemos extraer del análisis de la sociedad en la década estudiada.

Los cambios sociodemográficos que nos encontramos en la década de los '90 serían los siguientes:

- Aumento edad media. Envejecimiento de la sociedad.
- Descenso del número de personas por hogar. Aumenta el número de personas que viven solos.
- España país receptor de emigrantes. Cambios sociales en el futuro.
- Aumenta el porcentaje de población con estudios de grado medio y universitario. En las generaciones jóvenes se da la vuelta a la situación cultural heredada.

LOS "YUPPIES" CARACTERÍSTICAS Y EVOLUCIÓN.

Hemos definido el segmento de "Yuppies" situando su aparición entre a finales de la década de los '80 principios de los '90. Las definiciones que encontramos de este colectivo son muy similares.

En el contexto hemos situado el nacimiento de uno de nuestros segmentos estudiados "los Yuppies": Young Urban Professional (jóvenes profesionales urbanos). Palabra inglesa surgida en los años setenta para designar "al joven antes contestatario que en lo profesional adopta un sistema de valores conservadores basado en el triunfo profesional y económico y en lo privado se muestra progresista".

Anteriormente hemos podido ver como los "Yuppies" son jóvenes (hombres) de una edad comprendida entre los 25-54 años. Destacamos el estado civil: casado.

PROFESIONAL DE ÉXITO. Si observamos la clase social de los "Yuppies", donde son mayoritarias la media-alta y alta, esto nos indica que el nivel de vida de los "Yuppies" es alto. Estos ingresos los obtienen de sus profesiones, que suelen ser puestos de responsabilidad para los que en nivel e instrucción es importante. En el segmento "Yuppies" nos encontramos un porcentaje muy alto de personas con titulación media y superior que se incrementa con los años.

URBANO. Este segmento desarrolla su vida en el ámbito urbano. Destacan las grandes ciudades donde el nivel de vida es alto y las oportunidades profesionales numerosas.

En esta tesis doctoral hemos podido observar Hemos como los "Yuppies" son jóvenes (mayoritariamente hombres) de una edad comprendida entre los 25-54 años. La evolución de la edad en el año 1995 ha ampliado el porcentaje en el tramo de 45-54 años.

Destacamos el estado civil casado de de este segmento, lo que indica como dicen alguna de las definiciones presentadas su carácter tradicional, acorde con la sociedad.

Si observamos la clase social de los "Yuppies", donde son mayoritarias la media-alta y alta, incluso en el estudio de la evolución de este segmento vemos como la clase social alta ha aumentado en estos. Este segmento desarrolla su vida en el ámbito urbano.

En estos **cuadros resumen**, podemos observar las características más destacables de la década analizada, y también las características sociodemográficas y la evolución del segmento de los “Yuppies”.

CUADROS RESUMEN: CONTEXTO: SOCIEDAD '90 - "YUPPIES" EVOLUCIÓN.

	DECADA '90	YUPPIES
DECADA '90	Cambios demográficos La edad media es superior	Jóven 25-44. Mayor número de hombres.
	Descenso del número de personas en el hogar	Casado (mentalidad tradicional)
	Aumento del número de personas que viven solos	Clase media-alta, alta.
	España como país receptor de emigrantes, esto llevará a cambios sociales en el futuro	Nivel de vida alto.
	Aumenta la población con estudios universitarios	Estudios medios y superiores
		Urbano

CUADROS RESUMEN: "YUPPIES" EVOLUCIÓN". Análisis sociodemográfico.

	YUPPIES 1990	YUPPIES 1995
PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO		
EDAD	25-44	25-54
CLASE SOCIAL	MEDIA ALTA-ALTA	MEDIA ALTA-ALTA (incremento)
HABITAT	CAPITALES	CAPITALES
SEXO	MASCULINO	MASCULINO
NIVEL ESTUDIOS	SUPERIOR 3er. GRADO	SUPERIOR 3er. GRADO
ESTADO CIVIL	CASADO	CASADO (familiar)

Síntesis de la evolución: Una vez analizados los 2 años donde fijamos el inicio de este colectivo, hemos podido observar como en estos 5 años, los “Yuppies” han “madurado” o ampliado su tramo de edad, ampliando de esta manera su vida laboral (fuente principal de sus ingresos y del nivel de vida).

El hábitat sigue siendo urbano, siendo la ciudad el núcleo de actividad de este segmento, tanto profesional como en su vida personal.

El nivel de instrucción ha mejorado en el año 1995 respecto al 1990. La formación universitaria ha incrementado su porcentaje, indicándonos la mayor preparación de este grupo. Esto nos indica su preocupación por una mayor formación y preparación para desarrollarse profesionalmente.

ANÁLISIS 2º. SEGMENTO : CONTEXTO SOCIAL EN EL QUE SURGEN EL SEGMENTO "SINGLE": SOCIEDAD '00.

Hemos realizado un análisis de la sociedad de la década del '00, ya que este ha sido el contexto donde hemos situado el nacimiento (2000) y la evolución (2008) del 2º segmento definido en esta tesis, los "Singles".

Las razones para definir estos años han sido las siguientes: aunque localizamos el inicio de los "Singles" en la década '00, y para ver cómo ha evolucionado este segmento de la población hemos realizado el mismo análisis ocho años después, en 2008 y hemos comparado los "Singles" con un segmento de referencia, individuos >25 (considerando el total población representativo para la comparación).

Estas serían los hechos más representativos que podemos extraer del análisis de la sociedad en la década estudiada.

La primera década del siglo XXI se caracteriza por los siguiente cambios sociodemográficos:

- Envejecimiento de la población. Aumento esperanza de vida
- Inmigración. Crecimiento muy rápido.
- Cambio papel de la mujer. Ahora madre y trabajadora. Conciliación laboral.
- Aumento nivel de formación. Cada vez más universitarios.
- Respecto a la economía, la crisis del mercado de crédito hipotecario tiene efectos negativos sobre la misma.

En esta época nos encontramos la siguiente situación: Aumenta la esperanza de vida, la inmigración crece muy rápido, la mujer cambia su papel en la sociedad (nace el término conciliación laboral).

La crisis del mercado hipotecario tiene un efecto negativo en la economía, y como consecuencia el paro aumenta.

LOS "SINGLES" CARACTERÍSTICAS Y EVOLUCIÓN.

En este contexto hemos situado el nacimiento del segundo de nuestros segmentos estudiados "los Singles".

Individuos, edad 30-45 años. Hemos podido ver como los "Singles" tienen su mayor porcentaje en jóvenes debido a que el estado civil dominante es soltero. En estos últimos años el número de personas divorciadas o separadas está incrementándose notablemente. Podemos ampliar esta definición diciendo que el Single es una evolución de la persona sin pareja que en épocas pasadas se denominaba "solteros".

Este segmento desarrolla su vida en el ámbito urbano. Por el ritmo de vida que tenemos, el tiempo dedicado al trabajo y la dificultad para las relaciones sociales, las grandes ciudades son un núcleo importante para los "Singles".

Aunque el concepto que tenemos de "Singles" es que su nivel de vida es superior a la media, ya que sus ingresos están destinados para consumo personal, debemos tener en cuenta que en este estudio hemos incluido en la definición de "Singles", otros grupos como divorciados, separados y viudos donde las cargas familiares son mayores y su poder adquisitivo disminuye. Al hacer media con estos grupos la clase social cambia, ya que su poder adquisitivo es menor que el de los solteros.

En los siguientes **cuadros resumen**, podemos observar las características más destacables de la década analizada, y también las características y evolución del segmento de los "**singles**".

CUADRO RESUMEN: CONTEXTO: SOCIEDAD '00- "SINGLES".

	DECADA '00	SINGLES
DECADA '00	Cambios demográficos: Envejecimiento de la población. Aumento esperanza de vida.	Individuos 30-45. Mayor número de hombres
	Immigración. Tiene un crecimiento muy rápido.	Mayoritariamente soltero, pero aumenta el número de divorciados
	Mujer cambia su papel. Ahora es madre y trabajadora.	Clase media-media, media-alta
	Aumenta el nivel de formación. Más estudiantes universitarios	Nivel de vida más alto que la media
	Crisis en el mercado hipotecario, Esta crisis tiene un efecto negativo en la economía.	Estudios medios
	Paro	Urbano

CUADROS RESUMEN: SINGLES' EVOLUCIÓN. Análisis sociodemográfico.

	SINGLES 2000	SINGLES 2008
PERFIL SOCIODEMOCRÁFICO		
EDAD	30-39	30-44 (incremento edad)
CLASE SOCIAL	MEDIA MEDIA-MADIA ALTA	MEDIA MEDIA-MADIA ALTA
HABITAT	CAPITALES	CAPITALES
SEXO	MASCULINO	MASCULINO-FEMENINO(incremento)
NIVEL ESTUDIOS	MEDIO-MEDIO ALTO	MEDIO-MEDIO ALTO
ESTADO CIVIL	SOLTERO	-SOLTEROS + DIVORCIADOS

Síntesis de la evolución: El mismo análisis realizado desde el punto de vista sociodemográfico y para el segmento “Singles” nos ha revelado como han “madurado” o ampliado su tramo de edad, cada vez la edad es superior. El porcentaje de mujeres se ha incrementado del 40% al 44%.

El hábitat sigue siendo urbano, siendo la ciudad el núcleo de actividad de este segmento, tanto profesional como en su vida personal. El nivel de instrucción ha mejorado en el año 2008 respecto al 2000 es similar.

Destacar que en el año 2008 ha disminuido el número de solteros respecto al 2000, pero ha aumentado el número de divorciados (hay cada vez más divorcios en la sociedad española).

8.3 Tipificación de los grupos sociales.

3º: Buscamos conocer a estos nuevos grupos sociales, sus condiciones y estilo de vida.

LOS “YUPPIES”. ESTILO DE VIDA.

ALTO NIVEL DE VIDA DERIVADO DE SUS INGRESOS. El nivel de vida de los “Yuppies” es superior a la media de la población tomada como referencia (Ind.>25), por lo que su consumo también.

A efectos de esta definición de “Yuppie”, la nuestra estaría planteada en función de las siguientes características: **joven profesional de éxito, urbano y con un alto nivel con un alto nivel de vida derivado de sus ingresos.**

Los “Yuppies” es un segmento de población, que a primera vista tiene muchas características propias: nivel de vida elevado, urbano, un status y una imagen pública que quiere mantener. Pero este segmento, no es diferenciador de la sociedad en la que ha surgido, solamente ha llevado al extremo características de la misma: tiene un nivel de vida más elevado de la media, sus estudios son de nivel medio o superior (la sociedad también ha aumentado su nivel de estudios).

Pero lo que es más destacable es su estilo de vida y su comportamiento, son tradicionales, siguen las normas sociales establecidas, su estado civil es casado su mentalidad tradicional. Es un segmento que ha surgido gracias a su nivel económico, y ha establecido un nivel social y un estilo de vida en consonancia con las normas sociales pero con un mayor nivel económico que les permite tener un mayor nivel de gastos y llevar un ritmo de vida superior.

El hábitat sigue siendo urbano, siendo la ciudad el núcleo de actividad de este segmento, tanto profesional como en su vida personal.

El nivel de instrucción ha mejorado en el año 1995 respecto al 1990. La formación universitaria ha incrementado su porcentaje, indicándonos la mayor preparación de este grupo. Esto nos indica su preocupación por una mayor formación y preparación para desarrollarse profesionalmente.

Al comparar las actividades que los “Yuppies” realizadas en los dos momentos definidos para este estudio, podemos ver cómo ha evolucionado, incrementando actividades, como: ir a museos, practicar deportes individuales, hacer excursiones, ir a conciertos y al fútbol. Las actividades relacionadas con el cuidado físico como ir a institutos de belleza también se han incrementado. El nivel de vida que nos muestran es alto, y el ocio ocupa un lugar importante en su vida.

En 1995 aumenta el número de desplazamientos en vacaciones, también aumenta el porcentaje de “Yuppies” que salieron de vacaciones en España, disminuyendo los viajes al extranjero. Destacamos este dato, ya que contrasta con la evolución social de este segmento, así como con el medio de transporte que ha tenido mayor crecimiento en este periodo, el avión.

En el siguiente **cuadro resumen**, podemos observar el estilo de vida y la evolución del segmento de los “Yuppies”.

CUADRO RESUMEN ESTILO DE VIDA Y EVOLUCIÓN DE LOS “YUPPIES”.

	YUPPIES 1990	YUPPIES 1995
ESTILO DE VIDA		
ACT. DESTACAN	MUSEOS-DISCOTECAS-DEPORTE	MUSEOS-DEPORTES CUIDADO FÍSICO
DESPLAZAMIENTO VACACIONES	NACIONAL- EXTRANJERO	NACIONAL -EXTRANJERO (disminuye)
MEDIOS DE TRANSPORTE	COCHE	AVIÓN

Síntesis de la evolución: Al comparar las actividades que los “Yuppies” realizadas en los dos momentos definidos para este estudio, hemos visto cómo ha evolucionado este segmento, incrementando actividades, como: ir a museos, practicar deportes individuales, hacer excursiones, ir a conciertos y al fútbol. Destacamos el incremento que hace bricolaje.

Las actividades relacionadas con el cuidado físico como ir a institutos de belleza también se han incrementado.

Respecto a los desplazamientos en vacaciones, destacamos el aumento de porcentaje de personas que tuvieron vacaciones en el 1995 (un 94%) respecto del 1990

(91%), también aumenta el porcentaje de “Yuppies” que salieron de vacaciones en España, disminuyendo los viajes al extranjero. Esta información 1995 (un 10%) respecto del 1990 (8%). Destacamos este dato, ya que contrasta con la evolución social de este segmento, así como con el medio de transporte que ha tenido mayor crecimiento en este periodo, el avión.

LOS “SINGLES”. ESTILO DE VIDA.

URBANO. Este segmento desarrolla su vida en el ámbito urbano. Por el ritmo de vida que tenemos, el tiempo dedicado al trabajo y la dificultad para las relaciones sociales, las grandes ciudades son un núcleo importante para los “Singles”.

El “Single” es la evolución del antiguo soltero, pero con características propias, un mayor nivel económico (excepto divorciados) y consumo importante en el cuidado personal, en el ocio (sector turismo) y un consumo personal diferente a la media.

ESTILO DE VIDA. Los “Singles”, principalmente los solteros tienen un estilo de vida donde su persona adquiere gran importancia. La mayor parte de sus ingresos está dirigida a actividades relacionadas con el ocio como: Cenar fuera de casa, ir a discotecas, ir a museos, conciertos, al cuidado personal (deportes).

Aunque el concepto que tenemos de “Singles” es que su nivel de vida es superior a la media, ya que sus ingresos están destinados para consumo personal, debemos tener en cuenta que en este estudio hemos incluido en la definición de “Singles”, otros grupos como divorciados, separados y viudos donde las cargas familiares son mayores y su poder adquisitivo disminuye. Al hacer media con estos grupos la clase social cambia, ya que su poder adquisitivo es menor que el de los solteros.

El hábitat sigue siendo urbano, siendo la ciudad el núcleo de actividad de este segmento, tanto profesional como en su vida personal.

En el siguiente **cuadro resumen**, podemos observar el estilo de vida y la evolución del segmento de los **“Singles”**.

CUADRO RESUMEN ESTILO DE VIDA Y EVOLUCIÓN DE LOS “SINGLES”.

	SINGLES 2000	SINGLES 2008
ESTILO DE VIDA		
ACT. DESTACAN	CENAR FUERA-DISCOTECAS	CUIDADO FÍSICO -VIDA SOCIAL
DESPLAZAMIENTO VACACIONES	NACIONAL- EXTRANJERO	NACIONAL-EXTRANJERO (incremento)
MEDIOS DE TRANSPORTE	COCHE	COCHE-AVIÓN (incremento)

Síntesis de la evolución: Al comparar las actividades que los “Singles” realizadas en los dos momentos definidos para este estudio, podemos ver cómo ha evolucionado, incrementando actividades, relacionadas con el cuidado físico como ir a institutos de belleza también se han incrementado. Y ha descendido actividades relacionada con la vida social, cenar fuera, ir a discotecas.

En 2008 aumenta el número de desplazamientos en vacaciones, también aumenta el porcentaje de “Singles” que salieron de vacaciones en España, y al extranjero. El medio de transporte que ha tenido mayor crecimiento en este periodo ha sido el avión.

El sector turístico también encuentra en este segmento un grupo importante, ya que viajan más que la media, realizando viajes al extranjero. De aquí podemos deducir la importancia del ocio para este grupo social.

8.4 Análisis comparativo entre Yuppies y Singles.

4º: Descubrir una vez analizados los segmentos de población definidos, los “Yuppies” y los “Singles”, el consumo que realizan, para poder asegurar si este consumo es interesante para que las empresas dirijan sus acciones hacia ellos.

CONSUMO DE LOS “YUPPIES”

Tanto en sus inicios en la década de los ´90, como en la evolución en los siguientes 5 años, podemos observar el estilo de vida de este segmento: su ritmo de vida es superior al de la media de la sociedad, más elitista, destacando actividades culturales como ir a museos, la lectura, el cuidado físico, o los viajes al extranjero.

Por lo que deducimos que debido a sus ingresos superiores a la media, su forma de vida, el mercado encontró en su momento un segmento al que dirigirse desde el punto de vista de la cultura, de la exclusividad. El cuidado personal y el ocio, los viajes son cada vez más importantes. Una vez analizados los 2 años donde fijamos el inicio de este colectivo, vamos a analizar cual ha sido su evolución. Podemos observar como en estos 5 años, los “Yuppies” han “madurado” o ampliado su tramo de edad, ampliando de esta manera su vida laboral (fuente principal de sus ingresos y del nivel de vida).

Si analizamos el consumo en los 2 periodos debemos destacar que el consumo está relacionado con su nivel económico, destinando una importante cantidad de dinero al consumo de bienes de ocio. Podemos destacar las actividades de ocio como la lectura, la fotografía o la música. También debido a esta situación económica pueden permitirse realizar inversiones en productos financieros.

En el siguiente **cuadro resumen**, podemos observar el consumo y la evolución del segmento de los “Yuppies”.

CUADRO RESUMEN CONSUMO Y EVOLUCIÓN DE LOS “YUPPIES”

	YUPPIES 1990	YUPPIES 1995
CONSUMO		
COMPRAS	LIBROS-FOTOS-DISCOS	LIBROS-FOTOS-DISCOS <i>(incremento consumo)</i>
POSESIÓN BIENES	CARTILLA AHORRO-CUENTA C. -TAJ. CAJERO	CARTILLA AHORRO-CUENTA C. -TAJ. CAJERO

Síntesis de la evolución: Una vez analizado el consumo del segmento “Yuppies” en los 2 periodos debemos destacar que el consumo está relacionado con su nivel económico, destinando una importante cantidad de dinero al consumo de bienes de ocio. Podemos destacar las actividades de ocio como la lectura, la fotografía o la música.

También debido a esta situación económica pueden permitirse realizar inversiones en productos financieros.

CONSUMO DE LOS "SINGLES"

Hemos situado el nacimiento del segmento "Singles" en el año 2000, estudiando su evolución a lo largo de los 8 siguientes años.

El estilo de vida de los "Singles" se caracteriza por: Debido a su forma de vida, son mayoritariamente solteros, aunque el nº de divorciados está aumentando, con lo cual gran parte del presupuesto se destina al consumo personal.

Su nivel económico es superior a la media, por lo que su consumo en cuidado personal, ocio, viajes, les hace un segmento muy interesante para el mercado.

Pero además la estructura del hogar unipersonal ha hecho que el mercado se de cuenta que los productos destinados al consumo unitario están adquiriendo gran importancia, además del cambio de lugar de compra debido a nuestros horarios de trabajo y estilo de vida.

CUADRO RESUMEN CONSUMO Y EVOLUCIÓN DE LOS "SINGLES"

	SINGLES 2000	SINGLES 2008
	CONSUMO	
COMPRAS	LIBROS-MÚSICA-FOTOS	LIBROS-MÚSICA-FOTOS
POSESIÓN BIENES	CARTILLA AHORRO -TAJ. CAJERO- CUENTA C.	CARTILLA AHORRO -CUENTA C.-TAJ. CAJERO

Síntesis de la evolución: Si analizamos el consumo en los 2 periodos debemos destacar la disminución del presupuesto destinados a las compras y el aumento de los gastos en viajes.

También debido a esta situación económica pueden permitirse realizar inversiones en productos financieros. Préstamos hipotecarios y personales.

8.5 Tendencias en los grupos sociales: análisis y perspectivas

5º: Ver si en la actualidad y con la situación de crisis en la que nos encontramos ha surgido o surgirá algún grupo social que sea el reflejo de estos cambios o que tenga características propias que les hagan diferenciarse de la sociedad de su tiempo.

Para verificar este objetivo hemos realizado una entrevista a D. Lorenzo Navarrete Moreno. Sociólogo, Decano del Colegio Oficial de Polítólogos y Sociólogos de Madrid y Profesor Titular de Sociología de la Universidad Complutense de Madrid. Nuestros objetivos eran los siguientes:

1. Que nos diera su visión de la situación social en la que nos encontramos, la situación actual que estamos viviendo.
2. Si cree que ante esta nueva situación ha surgido o surgirá un nuevo segmento en la sociedad española.
3. Si opina que sí, varias preguntas:
 - a. En la situación de crisis en la que vivimos este nuevo segmento ¿será el reflejo de la sociedad o surgirá como contraposición a las normas sociales establecidas?
 - b. ¿Tendrá nuevas pautas de comportamiento? Alguna característica sociodemográfica que se pueda destacar.
 - c. También características de estilo de vida. ¿Tendrá un consumo diferente a la sociedad?

Este sería el resumen de la entrevista que hemos realizado:

Situación actual

Estamos en una situación de crisis, donde surge nueva clase media que se adaptan en su consumo, siguen consumiendo pero de otra manera. Se intenta seguir el ritmo de consumo comprando los mismos productos pero de menos calidad y por lo tanto de menos precio.

La crisis hará que muchos estudiantes vuelvan a la universidad para estudiar estudios de postgrado (máster, cursos especialización, doctorado). De esta manera nos

encontraremos con una sociedad mejor formada en el futuro, pero que en el presente retrasa la emancipación por lo que la estructura de los hogares vean modificada su estructura. Este retraso en la emancipación se justifica con la crisis que estamos viviendo y por la dificultad para encontrar empleo (situación de paro).

Para D. Lorenzo valores como:

- Tolerancia/ negociación
- Libertad
- Mejora prestaciones sociales y desarrollo económico
- Cambio roles paterno/materno
- Inversión educación. Futuro mejor

Están presentes en la sociedad actual, y tienen un gran peso en la estructura de la misma.

Consumo sociedad actual

Destacamos el consumo en “pareja”, nuevas familias formadas por parejas jóvenes con o sin hijos donde su mayor gasto está destinado a la vivienda. También la manutención y educación de los hijos tiene un gran peso en el presupuesto familiar.

La crisis en la que nos encontramos en estos momentos ha hecho que este consumo sea menor adaptándose a las circunstancias, ya que problemas como el paro están muy presentes.

El consumo en estos núcleos familiares es un consumo de atributos, de satisfacción de necesidades básicas, donde el precio es clave en la decisión de compra.

El consumo personal pasa a un segundo nivel, ya que es más importante satisfacer las necesidades familiares, y si el presupuesto lo permite intentad mantener alguno de los consumos personales que se tenían antes de formar esa familia pero a un nivel más bajo.

Nuevos segmento: “Nuevo Single”

El nuevo segmento social que ha surgido ante esta nueva situación, y en opinión de D. Lorenzo Navarrete son los “Nuevos Singles”.

Si en esta tesis doctoral hemos definido el segmento “Singles” ” en función de las siguientes características: individuos de 30-45 años sin pareja estable, solteros, separados, divorciados o viudos. Ampliábamos esta definición diciendo que lo que hacía especial a este segmento era su estilo de vida, como habían evolucionado a lo largo de los años, y por qué razón habían adquirido importancia para el mercado.

Los “Nuevos Singles” son la evolución de este segmento, diferenciándose en las siguientes características:

- Exclusividad. Los “Nuevos singles” quieren diferenciarse de la clase media, quieren que su estilo de vida sea diferentes. Pueden permitirse, por sus ingresos actividades más exclusivas que implican mayor gasto y solamente están destinadas a un segmento determinado, (viajes, ocio), Esta exclusividad implica un incremento de precio, los “Nuevos singles” saben que van a pagar un precio más caro.
- Es un consumidor simbólico. Consume lo caro, para diferenciarse de la sociedad en general y entrar en un consumo minoritario,
- Puede explorar nuevos consumos. Por ejemplo pueden probar los últimos avances que aparecen en tecnología, invirtiendo no sólo por motivos profesionales, también de ocio y tiempo libre.
- También es importante destacar un concepto como el desdoblamiento personalidad (quien compra y quien consume). Como comentábamos anteriormente en la sociedad actual, es normal que los hábitos de consumo sean los siguientes:
 - Como el consumo es para el núcleo familiar, la persona que normalmente compra, compra para ese núcleo y sus necesidades.
 - En el caso de los “Nuevos Singles” quien compra es quien consume, así que es consumo es personal. Es un consumo personal, donde compra él, es un consumo de “capricho” más exclusivo donde se puede permitir satisfacer otras necesidades además de las básicas.

Justificación ausencia Hipótesis

En esta tesis doctoral hemos definido objetivos, ya que se ha considerado como un estudio descriptivo, donde en una parte se analizaba la sociedad española, su evolución, los cambios acontecidos, y por otra se definían unos segmentos que se analizaban describiendo características sociodemográficas y estilos de vida.

No hemos pretendido plantear hipótesis para que pudieran ser verificadas o refutadas, pero con los objetivos planteados inicialmente hemos obtenido conclusiones que nos han ayudado a cumplir los objetivos planteados inicialmente. Por lo que podemos considerar que esta elección de objetivos en vez de hipótesis es más un tema semántico que de contenidos, ya que es las conclusiones a las que llegamos pueden justificar esta “elección”.

CAPÍTULO 9: CONCLUSIONES

Las conclusiones a las que hemos llegado con esta tesis doctoral son aparecen reflejadas en el esquema que presentamos a continuación.

CONCLUSIONES

- Una vez analizada la sociedad española en las últimas décadas, definimos un segmento de población, los **“Hippies”**, que nos sirvieran como antecedente para el posterior análisis de los segmentos que centran la tesis. Este segmento nace en contra de la sociedad burguesa de su tiempo, con características sociodemográficas propias, y un estilo de vida de difiere mucho al establecido en la década en que surgieron, la década ´60.

- El análisis que hemos realizado de las siguientes décadas ´70-´80 también nos ha permitido destacar un segmento surgido en estas décadas en España, concretamente en Madrid los **“Jóvenes de la Movida madrileña”**. La conclusión que hemos podido extraer es que este segmento también tiene características sociodemográficas y estilo de vida que se diferencian de la sociedad de su tiempo, pero no nacen en contra de la sociedad como los **“Hippies”**, son fruto de los profundos cambios que se suceden en España, llevados al extremo (modernidad, Democracia, libertad).

- El análisis que hemos realizado de las siguientes décadas ´70-´80 también nos ha permitido destacar un segmento surgido en estas décadas en España, concretamente en Madrid los **“Jóvenes de la Movida madrileña”**. La conclusión que hemos podido extraer es que este segmento también tiene características sociodemográficas y estilo de vida que se diferencian de la sociedad de su tiempo, pero no nacen en contra de la sociedad como los **“Hippies”**, son fruto de los profundos cambios que se suceden en España, llevados al extremo (modernidad, Democracia, libertad).

CONCLUSIONES SOBRE LOS SEGMENTOS ANALIZADOS EN LA TESIS

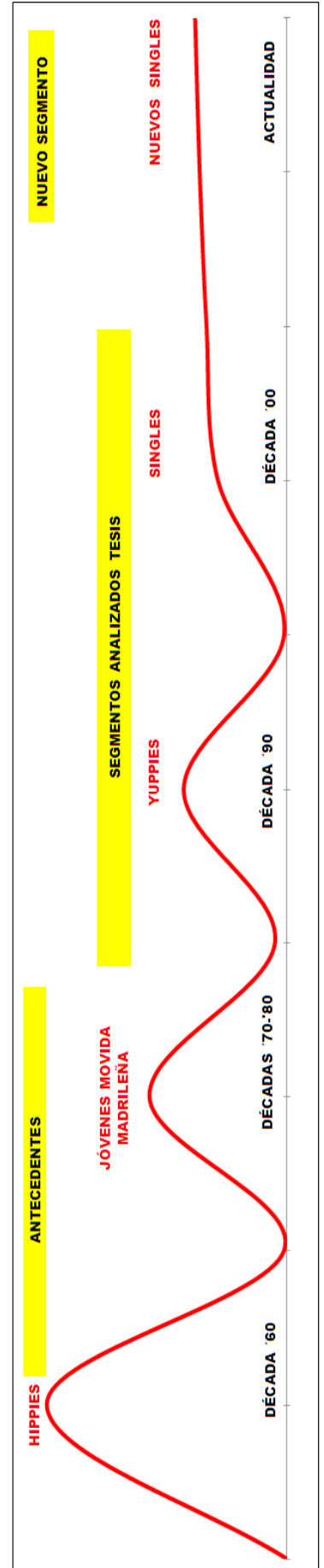
- Como conclusiones al estudio realizado hemos podido concluir que los 2 segmentos que centran nuestra tesis doctoral, los “**Yuppies**” y los “**Singles**”, tienen características sociodemográficas y estilo de vida propios, pero no nacen enfrentados a la sociedad de su tiempo, solamente quieren diferenciarse y adquirir entidad propia (no es así en el segmento que hemos definido como “Nuevos Singles”).
- Estos 2 segmentos, los “Yuppies” y los “Singles”, nacen, evolucionan (sin grandes cambios en su estructura) y finalizan, uno no es la evolución del otro, nacen con características propias y diferenciadas que no comparten.
- También podemos decir que muchas de las características de los “Yuppies” y de los “Singles” son producto de los cambios que han acontecido en la sociedad, llevados al extremo o adaptados a su estilo de vida.

“**YUPPIES**”: Adquiere características propias de la sociedad de los '90, como mayor formación, aumento del gasto medio, importancia del cuidado personal.

“**SINGLES**”: También adquiere características con la sociedad de su época, '00, mayor formación, cambio rol de la mujer, por lo que cambia su status social, más independencia, edad matrimonio mayor, aumenta el nº de divorcios y cambia la estructura de los hogares.

- En la actualidad, los rápidos cambios que están aconteciendo en nuestra sociedad, donde la crisis cada vez adquiere mayor protagonismo, hace que estemos teniendo profundos cambios en la estructura social. Por ello el segmento definido como “Nuevos Singles” quiere conservar sus características propias, su estilo de vida, y diferenciarse de esta sociedad (en crisis) con su comportamiento, quieren diferenciarse de la clase media, con actividades más exclusivas. Es un consumidor simbólico, consume lo caro (quiere diferenciarse de la sociedad) y su consumo es personal (diferenciándose del consumo familiar). Esto hace del “Nuevo Single” un segmento interesante para el mercado.

DECADA '60	DECADAS '70-'80	DECADA '90	DECADA '00	ACTUALIDAD
<p>Clase social media mejora condiciones vida</p> <p>Pleno empleo</p> <p>Seguridad Social garantizada</p> <p>Servicios públicos</p> <p>Mejora economía sociedad</p>	<p>Desde década '70 Democracia en España. Conquista de libertades, modernización sociedad</p> <p>Consolidación Democracia</p> <p>Cambio modelo familia. Cambio rol de la mujer</p>	<p>Cambios demográficos. Edad media superior</p> <p>Descenso número personas en el hogar</p> <p>Aumento número personas que viven solos</p> <p>España receptor de emigrantes que llevarán a cambios sociales en el futuro.</p> <p>Aumenta la población con estudios universitarios</p>	<p>Cambios demográficos. Envejecimiento de la población.</p> <p>Aumento esperanza de vida.</p> <p>Immigración. Crecimiento muy rápido.</p> <p>Mujer cambia su papel. Ahora es madre y trabajadora.</p> <p>Aumenta el nivel de formación. Más estudiantes universitarios</p> <p>Crisis mercado hipotecario, efecto negativo en la economía. Paro</p>	<p>Cambios demográficos. Crisis económica. Paro y descenso del consumo.</p> <p>Paro. Destrucción puestos de trabajo y disminución renta familias.</p>
Consumo				
<p>Crecimiento económico. Expansión industrial</p> <p>Aumento consumo. Se triplica producción de coches.</p> <p>Gran consumo electrodomésticos.</p> <p>Especialmente TV</p> <p>Se promueve el turismo.</p> <p>Aparecen primeras bebidas latas aluminio</p> <p>Surge la "sociedad de consumo" de bienes y servicios</p>	<p>Cambio nivel de vida en la Transición.</p> <p>Mayor poder adquisitivo. Avances tecnológicos</p> <p>Nuevos productos de consumo: lavadora, lavavajillas, TV y coche.</p> <p>Clase media con mayor poder adquisitivo e incremento de los precios.</p>	<p>1° Vivienda; 2° Alimentación; 3° Transportes; 4° Hoteles</p> <p>Aumenta el gasto medio: Gasto en ocio, viajes, vacaciones.</p> <p>Importancia el cuidado personal, consecuencia de los cambios sociales.</p>	<p>1° Vivienda; 2° Transportes; 3° Alimentación; 4° Vestir</p> <p>Cambio en el consumo por factores como: Nº hogares monoparentales, unipersonales.</p> <p>Mujeres trabajan fuera de casa, inmigración, mayor edad de la población.</p> <p>Diversificación estilo de vida, individualización.</p> <p>Consumo con más información por nivel de estudios.</p> <p>Diferentes lugares de compra y crédito (endeudamiento).</p>	<p>Deterioro consumo familiar.</p> <p>Riqueza hogares afectada.</p> <p>Paro frena aumento renta disponible y deterioro confianza del consumidor.</p> <p>Ahorro. Endeudamiento. Aumenta la demanda de crédito.</p>
HIPIPIES				
<p>Surgen en EEUU, luego llegan a Europa.</p> <p>Es un movimiento juvenil.</p> <p>Antiburques. Antisocial.</p> <p>Anarquía no violenta</p> <p>Preocupación medio ambiente.</p> <p>Reunión comunas</p> <p>Estilo pelo largo, afroamericano</p> <p>Festival de Woodstock. Contra la guerra de Vietnam</p>	<p>Descubrimiento libertad gente despues muerte de Franco.</p> <p>España se modernizó, tuvo un gobierno de izquierdas</p> <p>Icono de esta moda Alaska y Almodovar</p> <p>"Movida madrileña" señas identidad:</p> <p>*Hedonismo,</p> <p>*la consagración del presente a través de la música</p> <p>* haztelo tú mismo.</p>	<p>Jóven 25-44. Mayor número de hombres.</p> <p>Casado (mentalidad tradicional)</p> <p>Clase media-alta, alta.</p> <p>Nivel de vida alto.</p> <p>Estudios medios y superiores</p> <p>Urbano</p> <p>Gasto importante cuidado personal y ocio</p> <p>Gasto en vacaciones mayor media sociedad.</p> <p>Medio transporte avión.</p>	<p>Individuos 30-45. Mayor número de hombres.</p> <p>Mayoritariamente soltero, pero aumenta el número de divorciados.</p> <p>Clase media-media, media-alta.</p> <p>Nivel de vida más alto que la media.</p> <p>Estudios medios</p> <p>Urbano</p> <p>Gasto importante cuidado personal y ocio</p> <p>Sector turismo importante.</p> <p>Consumo personal importante en los solteros, es menor en los divorciados por su menos poder</p>	<p>Los "Nuevos Singles" son la evolución de este segmento.</p> <p>Exclusividad. Los "nuevos singles" quieren diferenciarse de la clase media, estilo de vida Actividades más exclusivas que implican mayor gasto y destinadas a un segmento determinado.</p> <p>Explorar nuevos consumos, los últimos avances que aparecen en tecnología, motivos profesionales, tb ocio.</p> <p>Consumidor simbólico.</p> <p>Consume lo caro, para diferenciarse de la sociedad en general y entrar en un consumo simbólico.</p> <p>Quien compra es quien consume, así que es consumo es personal.</p>
JOVENES MOVIDA MADRILEÑA				
SINGLES				
YUPPIES				
NUEVOS SINGLES				



ANEXO 1:
RESUMEN DE LA ENTREVISTA REALIZADA A
D. LORENZO NAVARRETE

D. Lorenzo Navarrete Moreno. Sociólogo, Decano del Colegio Oficial de Politólogos y Sociólogos de Madrid y Profesor Titular de Sociología de la Universidad Complutense de Madrid.

Hemos realizado una entrevista a D. Lorenzo Navarrete Moreno. Sociólogo, Decano del Colegio Oficial de Politólogos y Sociólogos de Madrid y Profesor Titular de Sociología de la Universidad Complutense de Madrid. Nuestros objetivos eran los siguientes:

1. Que nos diera su visión de la situación social en la que nos encontramos, la situación actual que estamos viviendo.
2. Si cree que ante esta nueva situación ha surgido o surgirá un nuevo segmento en la sociedad española.
3. Si opina que sí, varias preguntas:
 - a. En la situación de crisis en la que vivimos este nuevo segmento ¿será el reflejo de la sociedad o surgirá como contraposición a las normas sociales establecidas?
 - b. ¿Tendrá nuevas pautas de comportamiento? Alguna característica sociodemográfica que se pueda destacar.
 - c. También características de estilo de vida. ¿Tendrá un consumo diferente a la sociedad?

Este sería el resumen de la entrevista que hemos realizado:

Situación actual

Estamos en una situación de crisis, donde surge nueva clase media que se adaptan en su consumo, siguen consumiendo pero de otra manera. Se intenta seguir el ritmo de consumo comprando los mismos productos pero de menos calidad y por lo tanto de menos precio.

La crisis hará que muchos estudiantes vuelvan a la universidad para estudiar estudios de postgrado (master, cursos especialización, doctorado). De esta manera nos encontraremos con una sociedad mejor formada en el futuro, pero que en el presente retrasa la emancipación por lo que la estructura de los hogares vean modificada su estructura. Este retraso en la emancipación se justifica con la crisis que estamos viviendo y por la dificultad para encontrar empleo (situación de paro).

Para D. Lorenzo valores como:

- Tolerancia/ negociación
- Libertad
- Mejora prestaciones sociales y desarrollo económico
- Cambio roles paterno/materno
- Inversión educación. Futuro mejor

están presentes en la sociedad actual, y tienen un gran peso en la estructura de la misma.

Consumo sociedad actual

Destacamos el consumo en “pareja”, nuevas familias formadas por parejas jóvenes con o sin hijos donde su mayor gasto está destinado a la vivienda. También la manutención y educación de los hijos tiene un gran peso en el presupuesto familiar.

La crisis en la que nos encontramos en estos momentos ha hecho que este consumo sea menor adaptándose a las circunstancias, ya que problemas como el paro están muy presentes.

El consumo en estos núcleos familiares es un consumo de atributos, de satisfacción de necesidades básicas, donde el precio es clave en la decisión de compra.

El consumo personal pasa a un segundo nivel, ya que es más importante satisfacer las necesidades familiares, y si el presupuesto lo permite intentad mantener alguno de los consumos personales que se tenían antes de formar esa familia pero a un nivel más bajo.

Nuevos segmento: nuevo Single

El nuevo segmento social que ha surgido ante esta nueva situación, y en opinión de D. Lorenzo Navarrete son los “Nuevos Singles”.

Si en esta tesis doctoral hemos definido el segmento “Singles” ” en función de las siguientes características: individuos de 30-45 años sin pareja estable, solteros, separados, divorciados o viudos. Ampliábamos esta definición diciendo que lo que hacía especial a este segmento era su estilo de vida, como habían evolucionado a lo largo de los años, y por qué razón habían adquirido importancia para el mercado.

Los “Nuevos Singles” son la evolución de este segmento, diferenciándose en las siguientes características:

- Exclusividad. Los “Nuevos singles” quieren diferenciarse de la clase media, quieren que su estilo de vida sea diferentes. Pueden permitirse, por sus ingresos actividades más exclusivas que implican mayor gasto y solamente están destinadas a un segmento determinado, (viajes, ocio), Esta exclusividad implica un incremento de precio, los “Nuevos singles” saben que van a pagar un precio más caro.
- Es un consumidor simbólico. Consume lo caro, para diferenciarse de la sociedad en general y entrar en un consumo minoritario,
- Puede explorar nuevos consumos. Por ejemplo pueden probar los últimos avances que aparecen en tecnología, invirtiendo no sólo por motivos profesionales, también de ocio y tiempo libre.

- También es importante destacar un concepto como el desdoblamiento personalidad (quien compra y quien consume). Como comentábamos anteriormente en la sociedad actual, es normal que los hábitos de consumo sean los siguientes:
 - Como el consumo es para el núcleo familiar, la persona que normalmente compra, compra para ese núcleo y sus necesidades.
 - En el caso de los “Nuevos Singles” quien compra es quien consume, así que el consumo es personal. Es un consumo personal, donde compra él, es un consumo de “capricho” más exclusivo donde se puede permitir satisfacer otras necesidades además de las básicas.

ANEXO 2: RESUMEN DE GRÁFICOS

ÍNDICE DE GRÁFICOS Y ESQUEMAS

• **Gráfico 1. Visión general del fenómeno. Pág. 11**

		POLÍTICA	ECONOMÍA	SOCIEDAD	
D E C A D A 7 0	1975	Muere Franco- Cambio Dictadura a Democracia	Crisis energética. Aumenta déficit público	Menor Natalidad desde 1975: mujer en el trabajo. Edad matrimonio se retrasa. Nº hijos menor.	D E C A D A 7 0
	1977	1 ^{as} elecciones democráticas. Gana UCD	Pactos de la Moncloa para frenar inflación		
	1978	Constitución española		Incremento del Paro desde 1975. Emigración española.	
	1979	2º Triunfo UCD elecciones	Nuevo sistema impositivo: Leyes renta, Sociedades y Patrimonio		
D E C A D A 8 0	1982	PSOE gana elecciones. Mayoría absoluta			D E C A D A 8 0
	1983		Reconversión industrial. Mayor competitividad productos	Mayor cualificación laboral. Formación, especialización	
	1985		Sistema Protección social: Sanear el sistema público reforzando sistema contributivo	Nueva clase media (personal administrativo, comercial y técnico).	
	1986	España entra en la OTAN	España entra en la CEE. Apertura economía española al mundo.	Mayor Nº de universitarios	
D E D A 9 0	1989	PSOE gana elecciones. Mayoría absoluta			D E D A 9 0
	1992		Tratado Unión Europea		
	1996	PP gana las elecciones		España país receptor de emigrantes.	
D E C A 0 0	1999		Establecimiento de una Unión Económica y Monetaria. Moneda Única €		D E C A 0 0
	2000	Mayoría absoluta PP		Disminución Paro.	
	2004	Victoria inesperada del PSOE		Nueva Ley Inmigración	
	2008	Victoria del PSOE			
	2009		Crisis económica	Crisis social	

• **Gráfico 2. Indicadores análisis de la sociedad española. Pag. 21**

		POLÍTICA	ECONOMÍA	SOCIEDAD		
D E C A D A 7 0	1975	Muere Franco- Cambio Dictadura a Democracia	Crisis energética. Aumenta déficit público	Menor Natalidad desde 1975: mujer en el trabajo. Edad matrimonio se retrasa. N° hijos menor.	D E C A D A 7 0	
	1977	1ªs elecciones democráticas. Gana UCD	Pactos de la Moncloa para frenar inflación			
	1978	Constitución española		Incremento del Paro desde 1975. Emigración española.		
	1979	2º Triunfo UCD elecciones	Nuevo sistema impositivo: Leyes renta, Sociedades y Patrimonio			
D E C A D A 8 0	1982	PSOE gana elecciones. Mayoría absoluta			D E C A D A 8 0	
	1983		Reconversión industrial. Mayor competitividad productos	Mayor cualificación laboral. Formación, especialización		
	1985		Sistema Protección social: Sanear el sistema público reforzando sistema contributivo	Nueva clase media (personal administrativo, comercial y técnico).		
	1986	España entra en la OTAN	España entra en la CEE. Apertura economía española al mundo.	Mayor N° de universitarios		
	1989	PSOE gana elecciones. Mayoría absoluta				
D E D 9 0	1992		Tratado Unión Europea		D E D 9 0	
	1996	PP gana las elecciones		España país receptor de emigrantes.		
	1999		Establecimiento de una Unión Económica y Monetaria. Moneda Única €			
D E C 0 0	2000	Mayoría absoluta PP		Disminución Paro.	D E C 0 0	
	2004	Victoria inesperada del PSOE		Nueva Ley Inmigración		
	2008	Victoria del PSOE				
	2009		Crisis económica	Crisis social		

* Etapa de la dictadura, el "régimen autoritario" (1936-75) supone un aislamiento en lo político, económico, cultural y también en lo personal.

* Primera crisis del petróleo, aumenta el déficit público. Medidas del Gobierno para frenarlo.

* Cambio en el mundo de los valores, de las costumbres y actitudes, la sociedad española se ha hecho cada vez más tolerante.

* El proceso de desarrollo económico que vive el país a partir

* Etapa democrática, se consolida a partir de 1977 con la Constitución Española, es una etapa llena de posibilidades de expresión y libertad política.

de los años 60, la mecanización del campo que hace que se considere por primera vez esos grandes focos de desempleo, desarrollo industrial de determinadas zonas del país, que absorben el desempleo del campo.

* Cambios en el ámbito laboral: aparición del Paro, mayor formación y especialización de los trabajadores. Incorporación de la mujer al trabajo.

* Se suceden gobiernos de diferentes ideologías, lo que demuestra la libertad política fruto de la Democracia.

* Incorporación a la Comunidad Económica Europea: apertura de España al mundo.

* Aparece una nueva clase social: la clase media con poder adquisitivo que cambiará los hábitos de consumo.

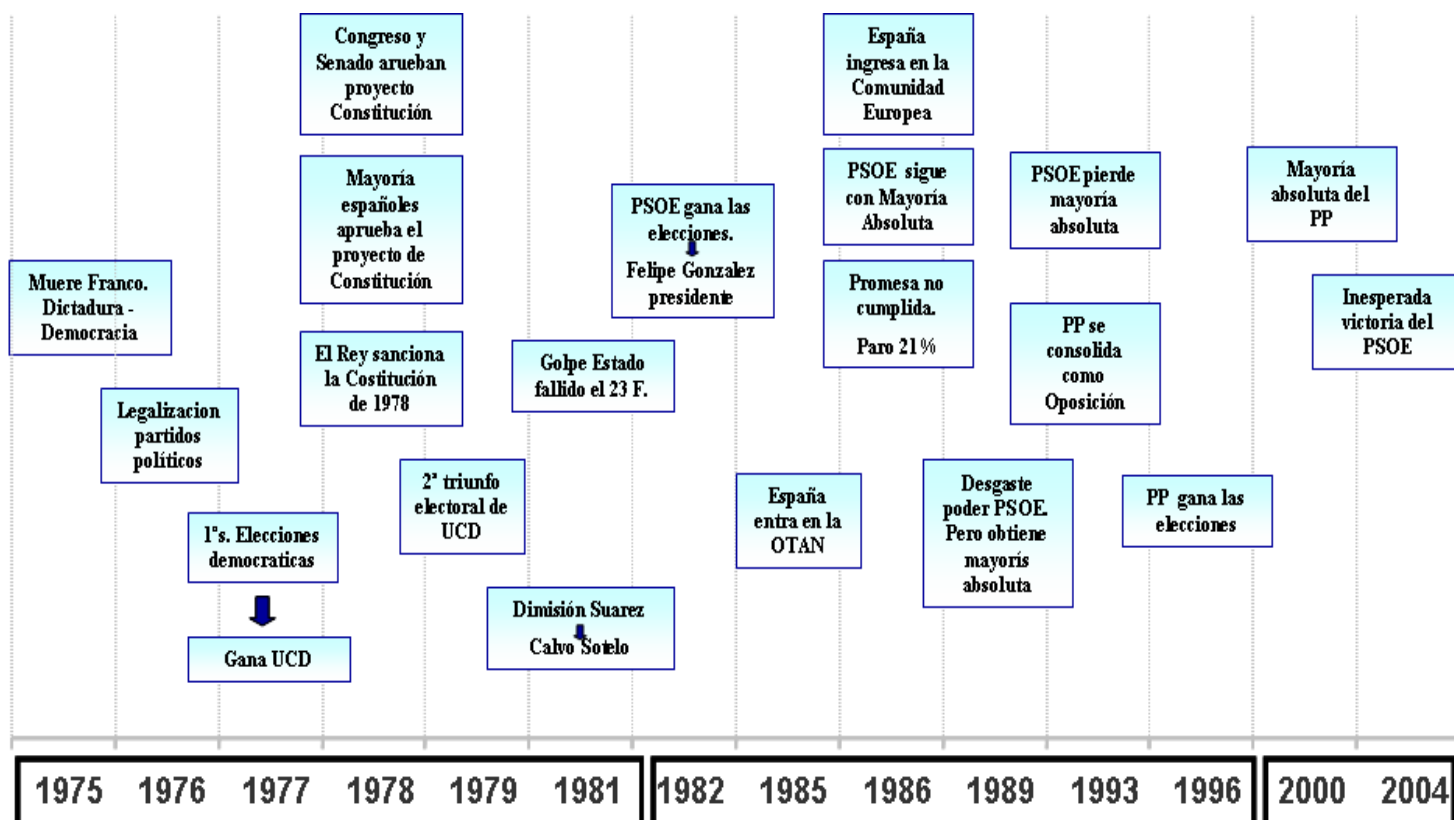
* Aumento de las actitudes críticas, democráticas, participativas.

* El fenómeno de la inmigración surge cada vez con más fuerza, haciendo que se produzcan cambios sociales.

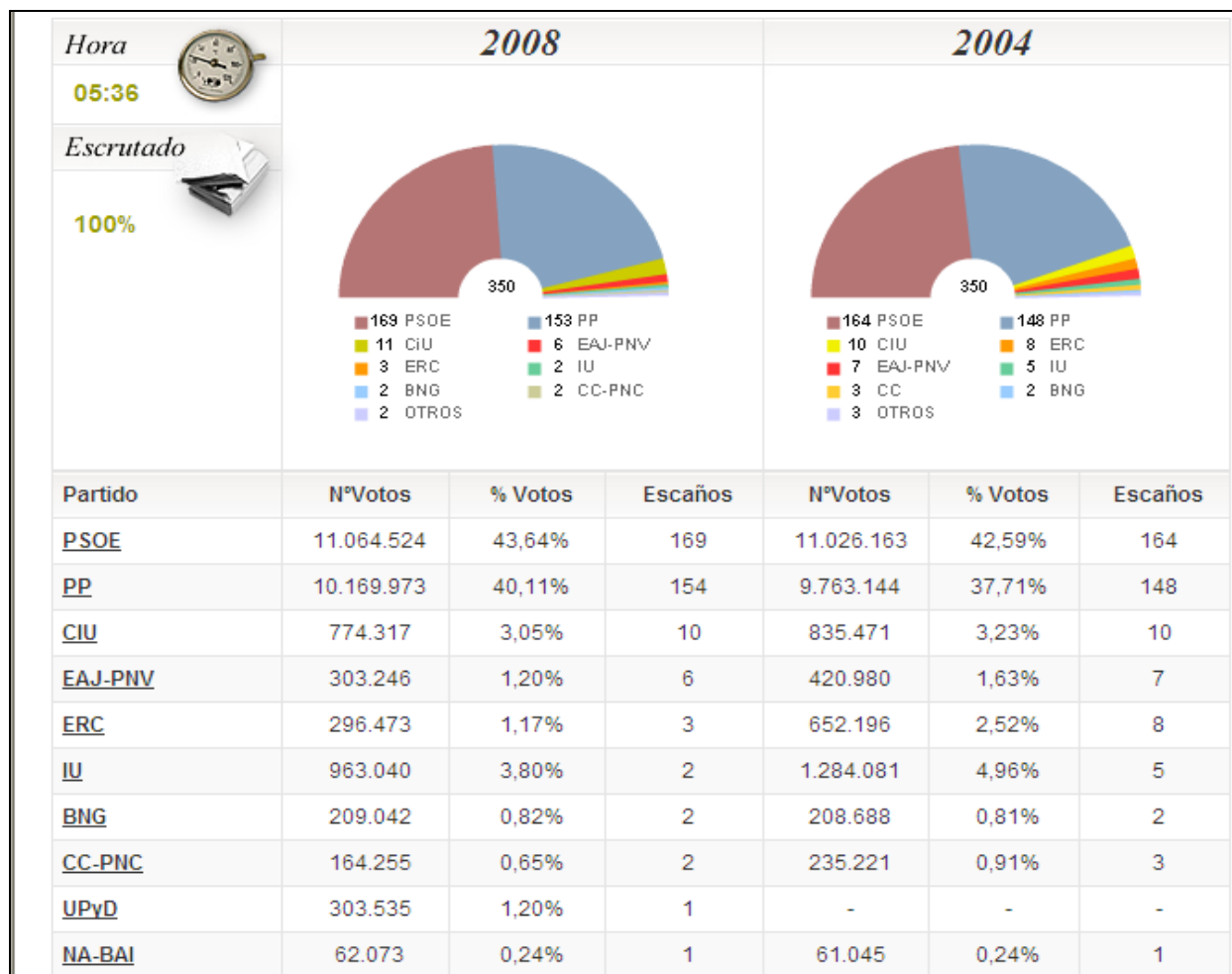
• Gráfico 3. Análisis político. Pag. 22

		POLÍTICA	ECONOMÍA	SOCIEDAD	
D E C A D A 7 0	1975	Muere Franco- Cambio Dictadura a Democracia	Crisis energética. Aumenta déficit público	Menor Natalidad desde 1975: mujer en el trabajo. Edad matrimonio se retrasa. N° hijos menor.	D E C A D A 7 0
	1977	1ºs elecciones democráticas. Gana UCD	Pactos de la Moncloa para frenar inflación		
	1978	Constitución española		Incremento del Paro desde 1975. Emigración española.	
	1979	2º Triunfo UCD elecciones	Nuevo sistema impositivo: Leyes renta, Sociedades y Patrimonio		
D E C A D A 8 0	1982	PSOE gana elecciones. Mayoría absoluta			D E C A D A 8 0
	1983		Reconversión industrial. Mayor competitividad productos	Mayor cualificación laboral. Formación, especialización	
	1985		Sistema Protección social: Sanear el sistema público reforzando sistema contributivo	Nueva clase media (personal administrativo, comercial y técnico).	
	1986	España entra en la OTAN	España entra en la CEE. Apertura economía española al mundo.	Mayor N° de universitarios	
	1989	PSOE gana elecciones. Mayoría absoluta			
D E C A D A 9 0	1992		Tratado Unión Europea		D E C A D A 9 0
	1996	PP gana las elecciones		España país receptor de emigrantes.	
	1999		Establecimiento de una Unión Económica y Monetaria. Moneda Única €		
D E C A D A 0 0	2000	Mayoría absoluta PP		Disminución Paro.	D E C A D A 0 0
	2004	Victoria inesperada del PSOE		Nueva Ley Inmigración	
	2008	Victoria del PSOE			
	2009		Crisis económica	Crisis social	

• Gráfico 4. Antecedentes de la situación política décadas 1970-1990. Pag. 23



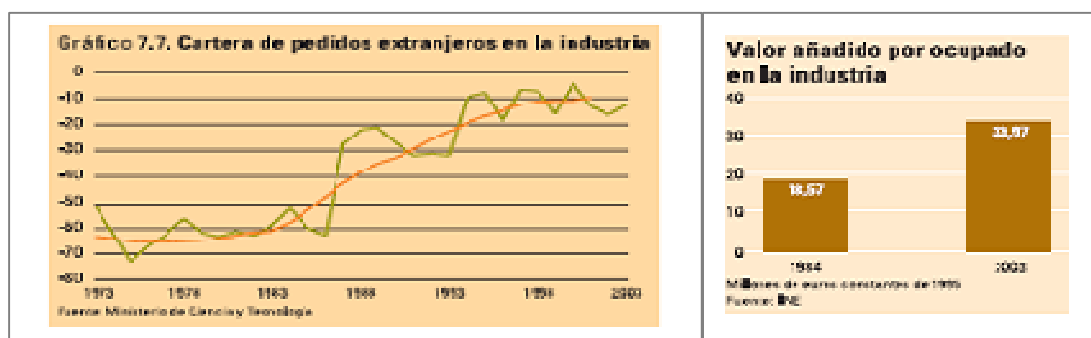
• Gráfico 5-6. Resultados elecciones 2008. Pag. 33



• Gráfico 7. Economía de España. Pag. 36

		POLÍTICA	ECONOMÍA	SOCIEDAD	
D E C A D A 7 0	1975	Muere Franco- Cambio Dictadura a Democracia	Crisis energética. Aumenta déficit público	Menor Natalidad desde 1975: mujer en el trabajo. Edad matrimonio se retrasa. N° hijos menor.	D E C A D A 7 0
	1977	1ªs elecciones democráticas. Gana UCD	Pactos de la Moncloa para frenar inflación		
	1978	Constitución española		Incremento del Paro desde 1975. Emigración española.	
	1979	2º Triunfo UCD elecciones	Nuevo sistema impositivo: Leyes renta, Socieddades y Patrimonio		
D E C A D A 8 0	1982	PSOE gana elecciones. Mayoría absoluta		Mayor cualificación laboral. Formación, especialización	D E C A D A 8 0
	1983		Reconversión industrial. Mayor competitividad productos		
	1985		Sistema Protección social: Sanear el sistema público reforzando sistema contributivo	Nueva clase media (personal administrativo, comercial y técnico).	
	1986	España entra en la OTAN	España entra en la CEE. Apertura economía española al mundo.	Mayor N° de universitarios	
D E D 9 0	1989	PSOE gana elecciones. Mayoría absoluta			D E D 9 0
	1992		Tratado Unión Europea		
	1996	PP gana las elecciones		España país receptor de emigrantes.	
D E C 0 0	1999		Establecimiento de una Unión Económica y Monetaria. Moneda Única €		D E C 0 0
	2000	Mayoría absoluta PP		Disminución Paro.	
	2004	Victoria inesperada del PSOE		Nueva Ley Inmigración	
	2008	Victoria del PSOE			
	2009		Crisis económica	Crisis social	

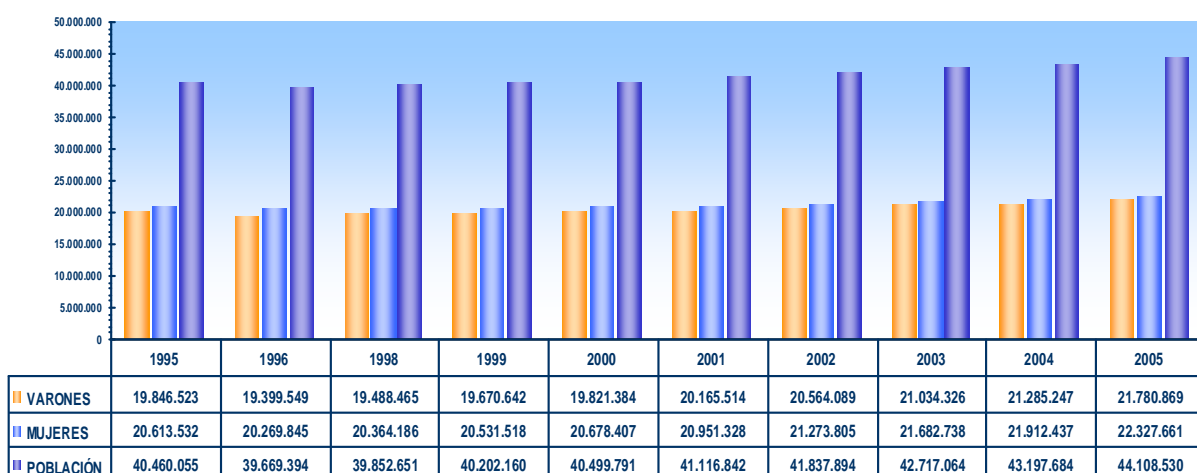
• Gráfico 8-9 Cartera de pedidos extranjeros y valor añadido por ocupación en la industria. Pag. 39



• Gráfico 10. Estructura social de España. Pag. 50

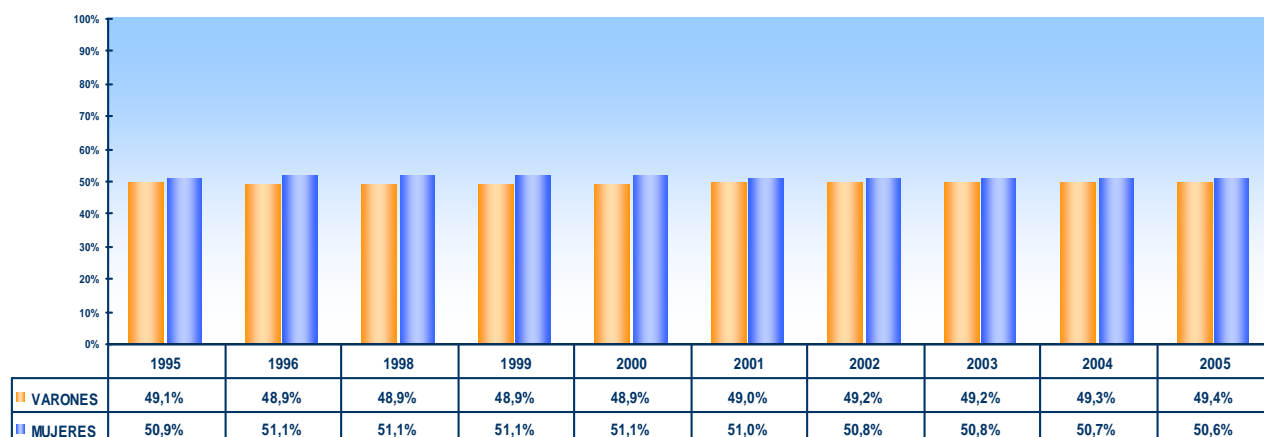
		POLÍTICA	ECONOMÍA	SOCIEDAD	
D E C A D A 7 0	1975	Muere Franco- Cambio Dictadura a Democracia	Crisis energética. Aumenta déficit público	Menor Natalidad desde 1975: mujer en el trabajo. Edad matrimonio se retrasa. N° hijos menor.	D E C A D A 7 0
	1977	1ªs elecciones democráticas. Gana UCD	Pactos de la Moncloa para frenar inflación		
	1978	Constitución española		Incremento del Paro desde 1975. Emigración española.	
	1979	2º Triunfo UCD elecciones	Nuevo sistema impositivo: Leyes renta, Sociedades y Patrimonio		
D E C A D A 8 0	1982	PSOE gana elecciones. Mayoría absoluta			D E C A D A 8 0
	1983		Reconversión industrial. Mayor competitividad productos	Mayor cualificación laboral. Formación, especialización	
	1985		Sistema Protección social: Sanear el sistema público reforzando sistema contributivo	Nueva clase media (personal administrativo, comercial y técnico).	
	1986	España entra en la OTAN	España entra en la CEE. Apertura economía española al mundo.	Mayor N° de universitarios	
	1989	PSOE gana elecciones. Mayoría absoluta			
D E D 0	1992		Tratado Unión Europea		D E D 0
	1996	PP gana las elecciones		España país receptor de emigrantes.	
	1999		Establecimiento de una Unión Económica y Monetaria. Moneda Única €		
D E C 0 0	2000	Mayoría absoluta PP		Disminución Paro.	D E C 0 0
	2004	Victoria inesperada del PSOE		Nueva Ley Inmigración	
	2008	Victoria del PSOE			
	2009		Crisis económica	Crisis social	

• Gráfico 11. Población en España 1995-2005. Pag. 52 Fuente: Estudio estadístico INE. Elaboración propia



- Gráfico 12. Población en España por sexo. Pag. 52. Fuente: Estudio estadístico INE.

% Por sexo población España 1980-2005



- Gráfico 13. Población en España por edad. Pag. 53 Fuente: Estudio estadístico INE.

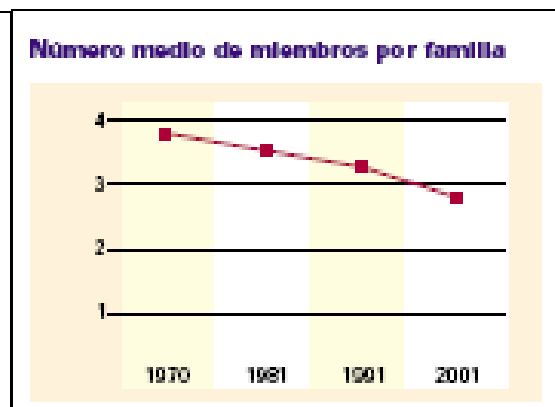
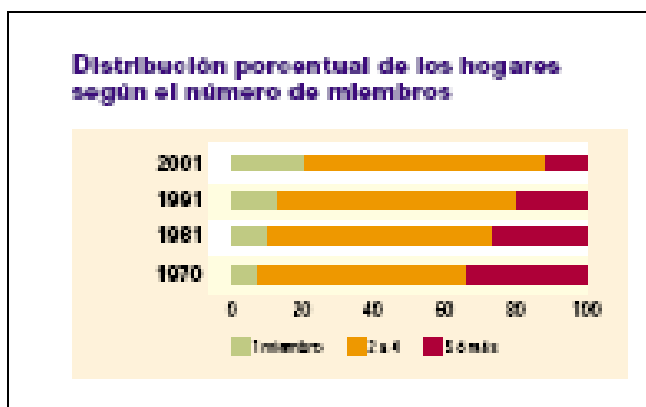
% Por edad población España 1991-2002

	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002
POBLACIÓN DE DERECHO¹ (a)												
Ambos sexos (miles)	38.935	39.055	39.167	39.263	39.345	39.426	39.520	39.649	39.843	40.169	40.614	41.201
Distribución porcentual por edad												
0-15 años	20,83	20,13	19,45	18,78	18,14	17,57	17,06	16,63	16,26	15,96	15,73	15,61
16-39 años	37,11	37,45	37,74	37,99	38,16	38,24	38,22	38,11	37,93	37,77	37,59	37,40
40-64 años	28,11	28,15	28,20	28,28	28,39	28,53	28,71	28,93	29,18	29,43	29,71	30,04
65-74 años	8,24	8,45	8,67	8,88	9,08	9,25	9,40	9,52	9,60	9,62	9,57	9,43
75 y más años	5,71	5,82	5,93	6,07	6,23	6,41	6,61	6,82	7,03	7,22	7,39	7,51

• Gráfico 14-15. Análisis hogares. Pag. 54

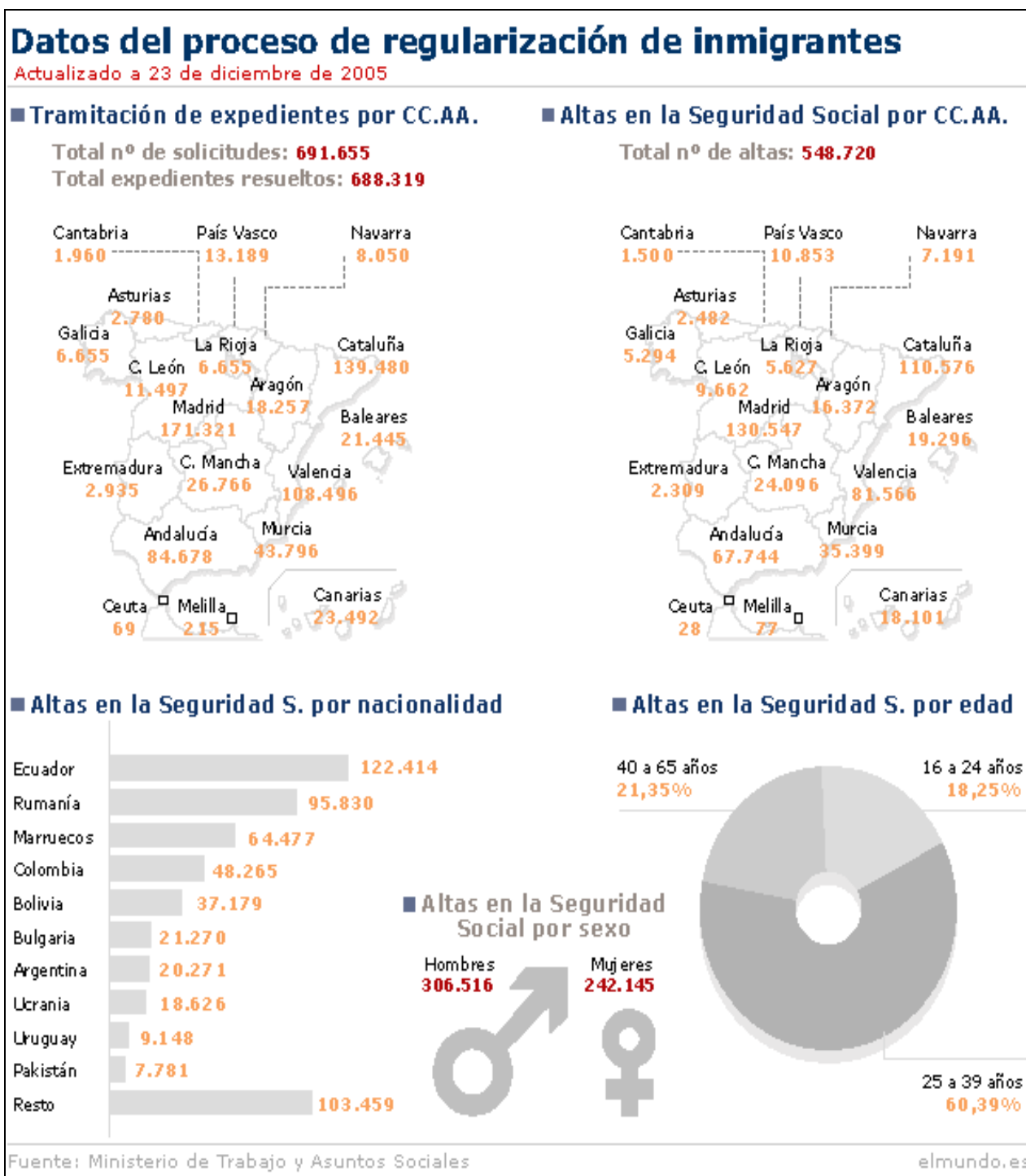


Fuente: Estudio estadístico INE.



Fuente: Censos de Población y Viviendas 2001 INE

• Gráfico 16. Datos del proceso de regularización de inmigrantes Pag. 60



- Gráfico 17-18. Análisis del nivel educativo de la vida social. Pag. 61

Nivel educativo de la población. 1991-2002												
	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002
POBLACIÓN DE 16 Y MÁS AÑOS POR ESTUDIOS TERMINADOS												
Ambos sexos												
Total (miles)	30.009,7	30.909,7	31.272,2	31.550,4	31.047,3	32.109,0	32.422,4	32.070,4	32.950,4	33.324,2	33.600,0	33.964,9
Distribución porcentual												
Analfabetos	4,9	4,9	4,5	4,1	3,9	3,7	3,5	3,2	3,0	3,2	3,3	3,1
Sin estudios	15,4	14,9	14,4	14,0	13,7	13,2	12,8	12,3	13,1	13,2	12,2	11,3
Educación primaria	37,7	36,6	36,2	34,1	32,9	31,6	30,6	30,2	29,6	26,6	26,0	25,0
Educación secundaria ¹	33,9	32,5	34,1	35,1	36,0	37,1	38,0	38,3	38,4	39,2	40,1	40,6
Educación superior ¹	8,1	11,2	11,8	12,6	13,5	14,4	15,1	15,9	16,8	17,8	18,5	19,1

Fuente: Estudio estadístico INE. Elaboración propia

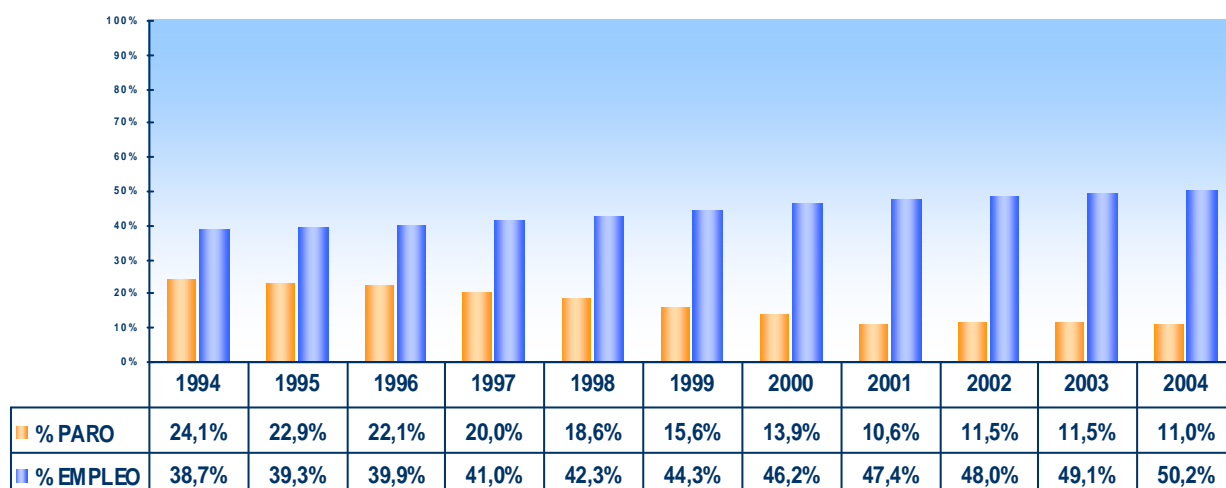
Nivel educativo de la población. 1991-2002 POR SEXO												
	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002
POBLACIÓN DE 16 Y MÁS AÑOS POR ESTUDIOS TERMINADOS												
Varones												
Total (miles)	14.076,9	15.026,8	15.167,2	15.306,6	15.447,6	15.608,5	15.732,3	15.855,6	15.993,0	16.170,7	16.362,8	16.495,5
Distribución porcentual												
Analfabetos	2,8	3,0	2,7	2,4	2,3	2,2	2,1	1,9	1,7	2,0	2,1	2,0
Sin estudios	14,0	13,4	13,0	12,4	12,2	11,5	11,1	10,6	11,3	11,5	10,6	9,7
Educación primaria	37,9	36,6	35,2	34,0	32,7	31,4	30,4	30,0	28,3	26,0	25,2	25,1
Educación secundaria ¹	36,7	34,5	36,2	37,3	38,2	39,2	40,2	40,5	40,7	41,7	42,7	43,4
Educación superior ¹	8,7	12,5	13,0	13,8	14,5	15,6	16,2	17,0	17,8	18,9	19,5	20,0
Mujeres												
Total (miles)	15.812,8	15.962,9	16.105,0	16.249,9	16.399,7	16.560,5	16.690,1	16.820,9	16.965,6	17.145,5	17.325,8	17.469,5
Distribución porcentual												
Analfabetas	6,9	6,7	6,2	5,7	5,5	5,1	4,9	4,5	4,1	4,4	4,4	4,2
Sin estudios	16,7	16,4	15,8	15,4	15,1	14,7	14,4	13,9	14,8	14,8	13,8	12,9
Educación primaria	37,5	36,3	35,2	34,2	33,0	31,6	30,6	30,4	28,9	26,9	26,6	26,4
Educación secundaria ¹	31,3	30,7	32,1	33,2	34,0	35,0	35,8	36,0	36,2	36,8	37,6	38,3
Educación superior ¹	7,6	9,9	10,7	11,6	12,3	13,6	14,3	15,1	15,8	17,0	17,6	18,4

Fuente: Estudio estadístico INE. Elaboración propia

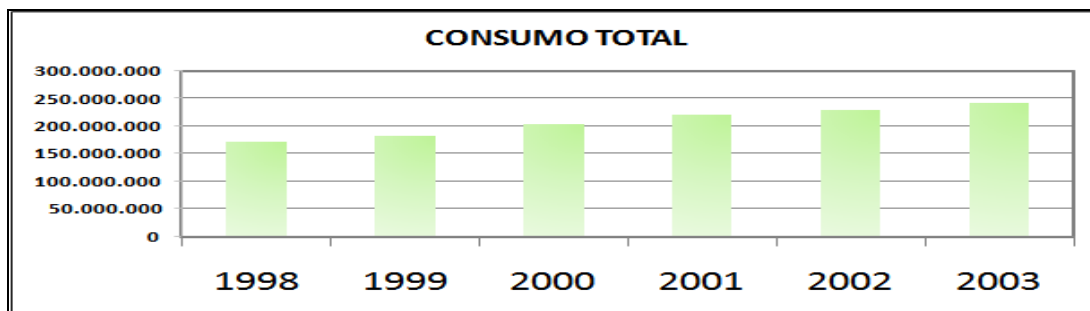
• Gráfico 19. Cambios en la cualificación de la población. Pag. 63

	71/75	75/80	80/85	85/91	71/91
Prof. técnicos	54´1	-14´7	10´9	68´5	145´4
Personal directivo	61´7	-5´8	-8´3	41´1	97´2
Administrativos	6´8	0´6	-3´5	44´6	50´0
Comerc./ Vendedores	-2´4	-1´3	9´8	36´0	18´1
Trabaj. servicios	6´6	5´3	3´3	18´7	37´7
Agricultores	-23´7	-20´0	-10´3	-28´3	-60´7
Trabaj. no agrarios	3´4	-9´4	-17´8	-28´0	-1´4
No clasificables	-96´8	-65´2	-62´5	-100´0	-100´0
FF.AA	-7´9	2´1	-11´8	-13´3	-28´1
TOTAL	-1´7	-8´6	-9´3	22´23	-0´4

• Gráfico 20. Tendencia paro España. Pag. 65. Fuente: Estudio estadístico INE. Elaboración propia



• Gráfico 21. Consumo. Pag. 67



AÑO	CONSUMO	INCREM.
1998	171.212.057	
1999	181.948.295	6%
2000	204.700.727	13%
2001	221.104.520	8%
2002	228.828.442	3%
2003	241.389.251	5%

• Gráfico 22-23 Ingresos y gastos hogares. Pag. 68 Fuente: Estudio estadístico INE

Ingresos anuales de los hogares. 1993-2002										
	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002
INGRESO MEDIO										
POR PERSONA										
(euros)	4.303,08	4.455,66	4.668,30	4.859,54	5.169,55	5.643,60	5.928,73	6.689,91	7.925,02	8.304,09

Gasto anual de los hogares en bienes y servicios. 1991-2003													
	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
GASTO MEDIO													
POR HOGAR (euros)													
	14.470,28	15.572,74	16.006,24	16.556,75	17.150,58	17.417,61	-	17.730,92	18.330,34	19.862,65	20.878,92	21.320,28	22.071,57

• Gráfico 24. Precios. Pag. 69

Precios. 1993-2003

	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
IPC POR GRUPOS											
COICOP											
(variación en un año)											
Total	4,6	4,7	4,7	3,6	2,0	1,8	2,3	3,4	3,6	3,5	3,0
Alimentos y bebidas											
no alcohólicas	..	5,4	4,9	3,4	-0,7	1,1	1,3	2,1	5,9	4,7	4,1
Bebidas alcohólicas											
y tabaco	..	8,4	9,5	6,8	10,7	5,8	5,1	3,1	3,3	5,7	3,4
Vestido y calzado	..	2,5	2,8	2,7	2,0	2,1	2,3	2,1	2,7	5,1	3,8
Vivienda	..	4,8	5,7	3,8	3,4	1,4	2,1	4,4	3,4	2,3	2,9
Menaje	..	2,3	3,2	4,4	1,8	1,8	2,2	2,5	3,0	2,0	2,0
Medicina	..	3,7	3,7	3,1	2,5	2,8	2,6	2,4	2,1	2,6	2,1
Transporte	..	5,9	4,8	4,1	2,4	-0,2	2,3	6,9	1,0	2,0	2,1
Comunicaciones	..	7,3	8,9	-0,1	-0,1	2,6	2,0	-5,4	-0,9	-2,9	-2,6
Ocio y cultura	..	3,8	3,3	3,0	2,5	2,9	1,3	3,0	3,7	2,5	0,6
Enseñanza	..	9,8	6,9	6,4	5,2	4,4	4,0	4,7	4,8	3,8	4,9
Hoteles, cafés y restaurantes	..	4,3	4,9	3,6	3,1	3,1	3,7	4,3	5,0	5,6	4,3
Otros	..	4,3	4,6	2,7	2,4	3,0	3,6	4,1	3,9	4,1	3,3

Fuentes: INE, Índice de Precios de Consumo. Base 1992 (1993 a 2001)
INE, Índice de Precios de Consumo. Base 2001 (2002 y 2003)

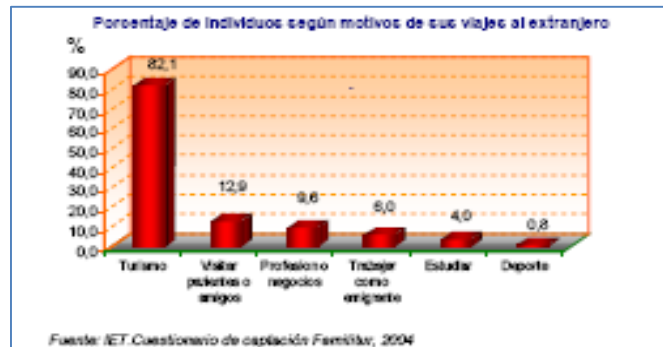
• Gráfico 25. Evolución consumo. Pag. 70 Fuente: Estudio estadístico INE.

Tabla 8.1. Evolución del consumo medio por persona a precios de 2001 (euros)

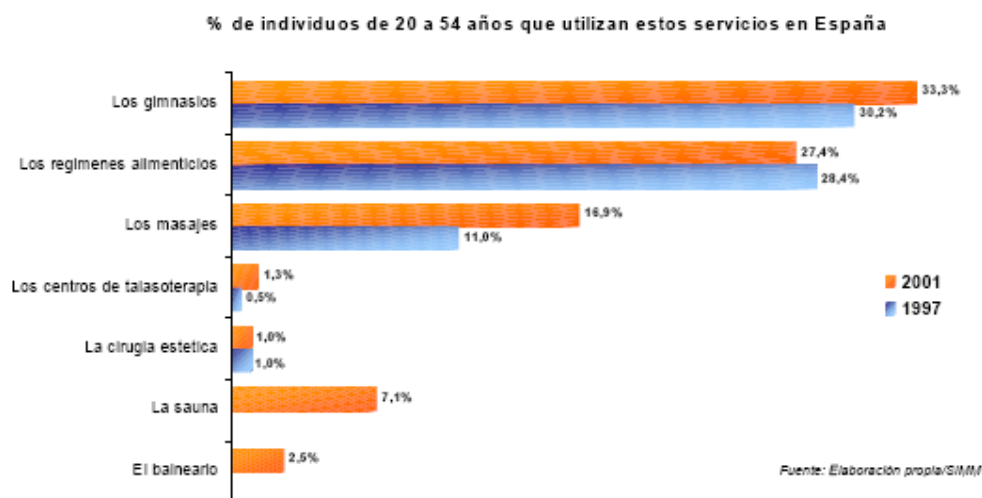
	1974	%	2001	%	Variación 2001/1974
Gasto total	4.425,9	100,0	5.408,0	100,0	22,1
Alimentación y bebidas no alcohólicas	1.366,8	30,9	1.212,8	22,4	-11,3
Bebidas alcohólicas dentro del hogar	114,8	2,6	47,8	0,9	-58,4
Tabacos	82,7	1,9	113,7	2,1	37,5
Vestido y calzado	394,5	8,9	508,9	9,4	29,0
Alquileres y gastos de vivienda	410,7	9,3	614,7	11,4	49,7
Muebles, electrodomésticos y otros gastos	363,1	8,2	331,8	6,1	-8,6
Salud	128,3	2,9	146,3	2,7	15,8
Transporte	448,8	10,1	785,0	14,5	74,9
Comunicaciones	23,7	0,5	144,9	2,7	510,5
Esparcimiento, ocio y cultura	205,1	4,6	411,5	7,6	100,7
Enseñanza	124,2	2,8	79,0	1,5	-36,4
Hostelería, bares y restaurantes	490,8	11,1	603,5	11,2	22,9
Otros	274,4	6,2	406,0	7,5	47,9

Fuente: Elaboración propia sobre datos de las Encuestas de Presupuestos Familiares, INE.

• Gráfico 26. Porcentaje individuos viajes. Pág. 75



• Gráfico 27. Cuidado personal. Pág. 80



• Gráfico 28. Nivel educativo. Pag. 83

ALUMNADO MATRICULADO POR NIVELES DE ENSEÑANZA*, 2000-2007
(Cifras absolutas y proporción de alumnado en centros públicos)

Nivel de enseñanza	2000-01		2001-02		2002-2003		2003-2004		2004-2005		2005-2006 (1)		2006-2007 (2)	
	Cifras Abs.	%	Cifras Abs.	%	Cifras Abs.	%	Cifras Abs.	%	Cifras Abs.	%	Cifras Abs.	%	Cifras Abs.	%
Preescolar/infantil	1.165.736	66,2	1.221.108	65,5	1.279.404	65,2	1.353.460	64,9	1.427.519	64,8	1.487.548	64,5	1.552.628	64
EGB/primaria	2.491.648	66,6	2.474.261	66,5	2.474.287	66,7	2.479.631	66,7	2.467.636	66,7	2.483.364	66,8	2.535.656	67
EE.MM./Educación secundaria (general)	2.679.856	68,5	2.587.161	68	2.532.830	68,1	2.498.356	68,1	2.468.601	68,3	2.449.759	68,2	2.430.110	68
BUP y COU	137.078	64,2	13.142	92,2 0	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
Educación secundaria obligatoria	1.941.449	65,8	1.897.912	65,5	1.878.175	65,8	1.871.430	66	1.855.020	66,3	1.844.953	66,4	1.833.735	66
Bachillerato LOGSE	601.329	78,2	676.107	74,6	654.655	74,6	626.926	74,3	613.581	74,2	604.806	73,8	596.375	73
EE.MM./Educación secundaria (profesional)	447.526	73,3	448.981	73,4	455.100	73,9	463.466	74,7	457.281	75,1	447.429	75,6	445.126	75
FPI	0	—	0	—	0	—	0	—	0	—	0	—	0	—
FP II	71.019	72,5	29.296	70,8	859	78,1	0	—	—	—	—	—	—	—
Ciclos Formativos de Grado Medio	191.456	72,2	210.750	72,6	224.486	72,7	229.005	73,2	231.317	73,3	230.174	73,5	232.363	73
Ciclos Formativos de Grado Superior	185.051	74,5	208.935	74,6	229.755	75	234.461	76,2	225.964	76,9	217.255	77,7	212.763	77
Educación especial	27.334	49,1	27.090	48,8	27.057	49,8	27.799	51,6	28.145	51,9	28.665	53	28.573	53
Programas de Garantía Social	41.550	67,8	43.916	68,6	46.281	69,7	45.899	69,7	46.051	68,5	44.927	68,5	46.645	68
TOTAL	6.853.650	68,1	6.802.517	67,7	6.814.959	67,8	6.868.611	67,4	6.895.233	67,4	6.941.692	67,3	7.038.738	67

(1) Datos provisionales

(2) Datos avance

• Gráfico 29-30. Tasa de empleo y paro por sexo. Pag. 85

TASAS DE EMPLEO Y PARO POR SEXO, 1997-2007

(Porcentajes, promedios anuales)

AÑOS	Empleo			Paro		
	Total	Varones	Mujeres	Total	Varones	Mujeres
1997	41	54,8	27,9	18,4	14,2	25,1
1998	42,3	56,6	28,8	16,4	12,1	23,4
1999	44,3	58,5	30,8	13,6	9,6	19,9
2000	46,2	60,1	32,9	11,9	8,3	17,5
2001	47,4	61,2	34,3	10,6	7,5	15,2
2002	48	61,5	35,3	11,5	8,2	16,4
2003	49,1	62	36,8	11,5	8,4	16
2004	50,2	62,5	38,4	11	8,2	15
2005	52,1	63,9	40,8	9,2	7	12,2
2006	53,4	64,8	42,4	8,5	6,3	11,6
2007	54	64,9	43,6	8,3	6,4	10,9

Fuente: INE, Encuesta de Población Activa parados

TASAS DE EMPLEO POR SEXO, NACIONALIDAD Y EDAD, 2005-2007

Nacionalidad	Sexo y edad											
	Varones						Mujeres					
	Total	16-24	25-34	35-44	45-54	55+	Total	16-24	25-34	35-44	45-54	55+
Total												
2005	53,5	47,7	85,2	89,5	86,1	27	34,7	35,8	67,8	62	52,9	10,7
2006	54,3	48,6	86,1	89,8	86,9	27,5	36,1	37,7	69,5	64,5	55,4	11,2
2007	54,3	48,5	86,5	89,8	86,3	27,4	37,1	37	71,3	66,2	58	11,8
var 05-06	0,7	0,9	0,9	0,3	0,8	0,6	1,4	1,9	1,7	2,5	2,5	0,6
var 06-07	0,1	0	0,4	0	-0,6	-0,1	1	-0,7	1,8	1,7	2,6	0,5
Espanoles												
2005	52,1	45,9	84,9	89,8	86,5	26,8	33,2	34,8	68,5	61,3	51,7	10,4
2006	52,6	46,8	85,7	90,2	87,2	27,3	34,3	36	70,7	63,7	54,5	10,9
2007	52,7	47,3	86,6	90,5	86,9	27,1	35,3	35,9	72,9	66	57,4	11,5
var 05-06	0,5	0,9	0,8	0,4	0,7	0,5	1,1	1,2	2,2	2,4	2,7	0,5
var 06-07	0,1	0,5	0,9	0,2	-0,3	-0,2	1	-0,1	2,2	2,2	2,9	0,5
Extranjeros												
2005	69,9	61,5	86,9	87,2	80,9	30,2	51,9	43,1	63,9	67	67,1	18,4
2006	70,4	61,3	87,6	86,9	83,4	33,1	52,7	47,7	63,9	69,4	64,7	20,8
2007	68,6	57,1	86	86	80	33,2	51,6	42,2	65,4	67,3	63,8	20,4
var. 05-06	0,5	-0,2	0,7	-0,3	2,5	2,9	0,8	4,6	0	2,4	-2,3	2,4
var. 06-07	-1,8	-4,2	-1,5	-0,9	-3,4	0,1	-1,1	-5,5	1,5	-2,1	-0,9	-0,4

Fuente: INE, Encuesta de Población Activa parados

• **Gráfico 31. Gasto de consumo Pag. 88**

ESTRUCTURA DEL CONSUMO SEGUN LOS TIPOS DE HOGAR, 2006

	Total	Persona sola menos 65 años	Persona sola 65 o más años	Pareja sin hijos	Pareja con 1 hijo	Pareja con 2 hijos	Pareja con 3 o más hijos	Adulto con hijos	Otro tipo hogar
Gasto total (miles de euros) 29.055.007,6	466.058.239,0	26.043.245,4	17.012.094,7	89.547.314,6	110.367.594,2	107.481.269,5	29.055.007,6	30.884.611,5	55.667.101,6
Gasto medio por hogar (euros)	29.393,90	19.660,50	12.328,50	26.149,40	33.166,50	38.734,20	41.934,60	25.029,00	32.798,20
Gasto medio por persona (euros)	10.632,20	19.660,50	12.328,50	13.074,70	11.055,50	9.683,60	8.017,80	10.256,60	8.480,70
Alimentación	14	9,2	16,2	13,7	14,1	14,1	15,2	15	14,8
Bebidas, tabaco	1,8	1,6	0,6	1,6	1,9	1,8	2,2	1,7	2,1
Vestido	6,7	5,9	4,5	6	7,2	7,3	6,9	6	6,7
Vivienda	26,4	31,9	50,4	29,1	24,3	22,6	21,1	29,4	24,8
Mobiliario	5,8	6,8	7,2	6,1	5,7	5,4	5,2	6	5,6
Salud	2,9	2,5	3,5	2,9	2,8	2,9	2,5	3,3	2,8
Transportes	14,3	13,9	2,3	13,7	15,3	15,6	16,3	11,8	15,2
Comunicaciones	2,9	3,3	2,6	2,6	2,9	2,9	3,1	3,3	3,2
Ocio, cultura	6,8	6,7	3	6,6	7	7,7	7,4	5,9	6,1
Enseñanza	0,9	0,6	..	0,3	0,8	1,7	1,8	1	0,8
Hoteles, restaurantes	9,6	9,8	2,9	9,4	9,8	10,5	10,9	8	9,9
Otros	8	7,9	6,9	7,9	8,3	7,7	7,5	8,7	8,1

FUENTE: INE. Encuesta de Presupuestos Familiares

• **Gráfico 32. Vivienda. Pag. 91**

VIVIENDAS PRINCIPALES EN ESPAÑA SEGÚN RÉGIMEN DE TENENCIA, 1950-2006

(Número de viviendas en miles)

Régimen de tenencia

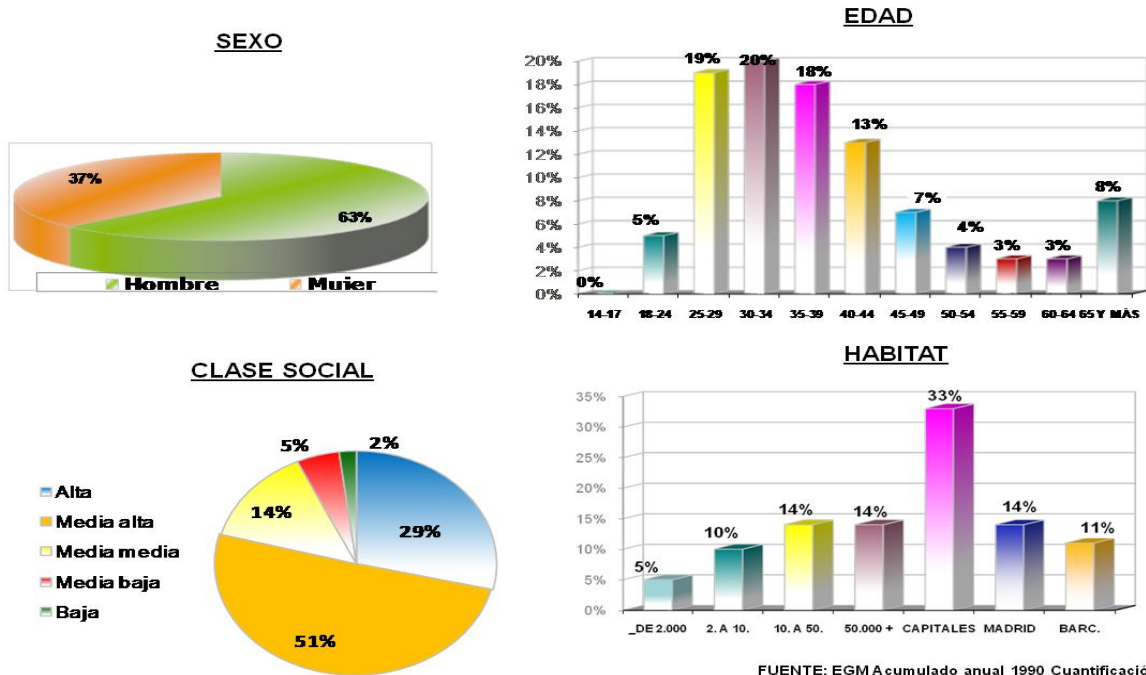
	1950		1960		1970		1981		1991		2001		2006	
	Número	%	Número	%	Número	%	Número	%	Número	%	Número	%	Número	%
Total de viviendas principales	6.327,8	100,0	7.028,7	100,0	8.504,3	100,0	10.430,9	100,0	11.736,4	100,0	14.270,7	100,0	16.353,7	100,0
En propiedad	2.970,4	46,9	3.558,5	50,6	5.394,3	63,4	7.629,7	73,1	9.166,1	78,1	11.703,4	82,0	14.273,9	87,3
En alquiler	3.252,9	51,4	2.988,2	42,5	2.555,1	30,0	2.168,7	20,8	1.757,5	15,0	1.641,1	11,5	1.799,4	11,0
Cesión y otros	167,3	2,6	482,0	6,9	554,9	6,5	632,6	6,1	901,3	7,7	927,6	6,5	280,4	1,7

Fuentes: Años 1950 a 1981. INE, Censos de Población y Vivienda. Tomado de Julio Rodríguez López. «La política de vivienda. Evolución reciente y aproximación al caso de España.» Instituto de Estudios Fiscales, Cuadernos de actualidad económica, septiembre 1994. Años 1991 y 2001: INE, Censos de Población y Vivienda. Año 2006: Ministerio de Vivienda. Estimación del parque de viviendas.

Fuente: CES Consejo Económico y Social. Memoria sobre la situación socioeconómica y laboral de España 2007

• Gráfico 33. Perfil Yuppies 1990. Edad-Sexo-Clase social-Habitat. Pag. 109

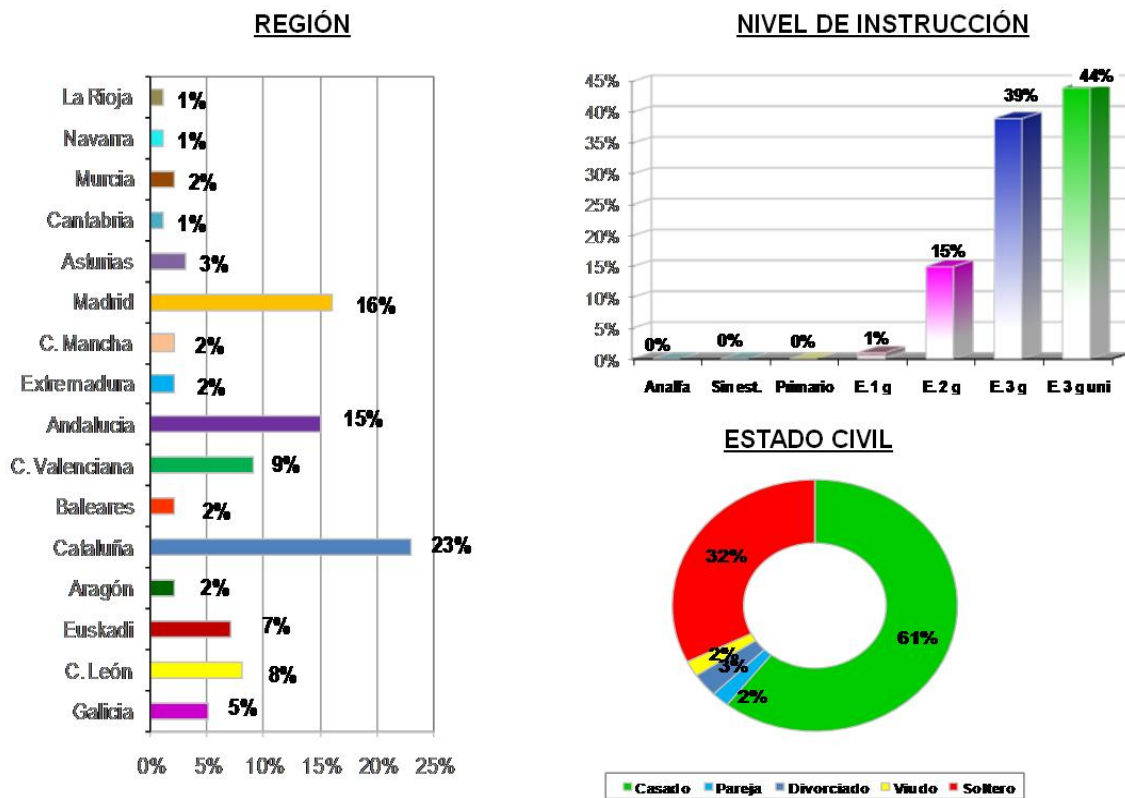
Perfil Yuppies 1990



FUENTE: EGM A acumulado anual 1990 Cuantificación: 1.564.000

• Gráfico 34. Perfil Yuppies 1990. Región-Nivel de Instrucción-Estado civil. Pag. 111

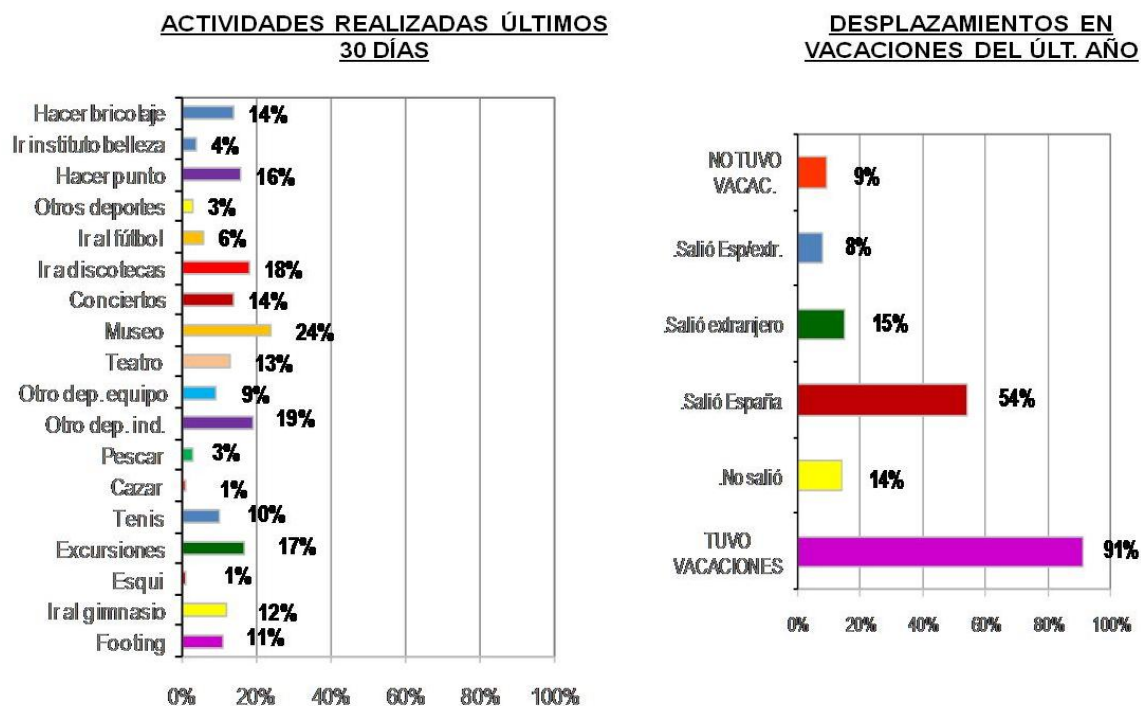
Perfil Yuppies 1990



FUENTE: EGM A acumulado anual 1990 Cuantificación: 1.564.000

• Gráfico 35. Estilo de vida Yuppies 1990. Actividades-Desplazamientos. Pag. 110

Estilo de vida Yuppies 1990

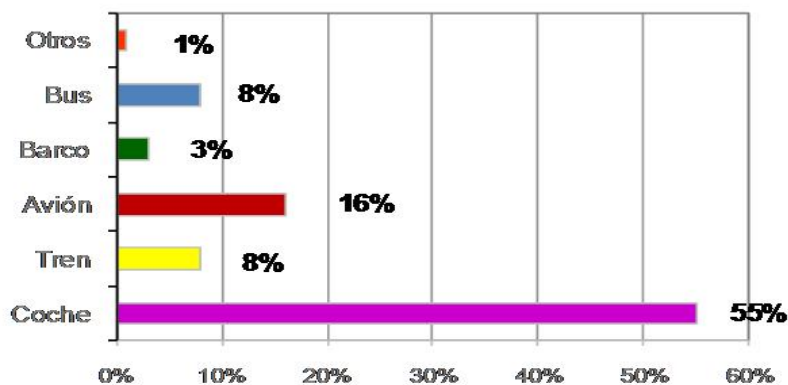


FUENTE: EGM3er. Año móvil 1990 Cuantificación: 1.564.000

• Gráfico 36. Estilo de vida Yuppies 1990. Medios de transporte. Pag. 112

Estilo de vida Yuppies 1990

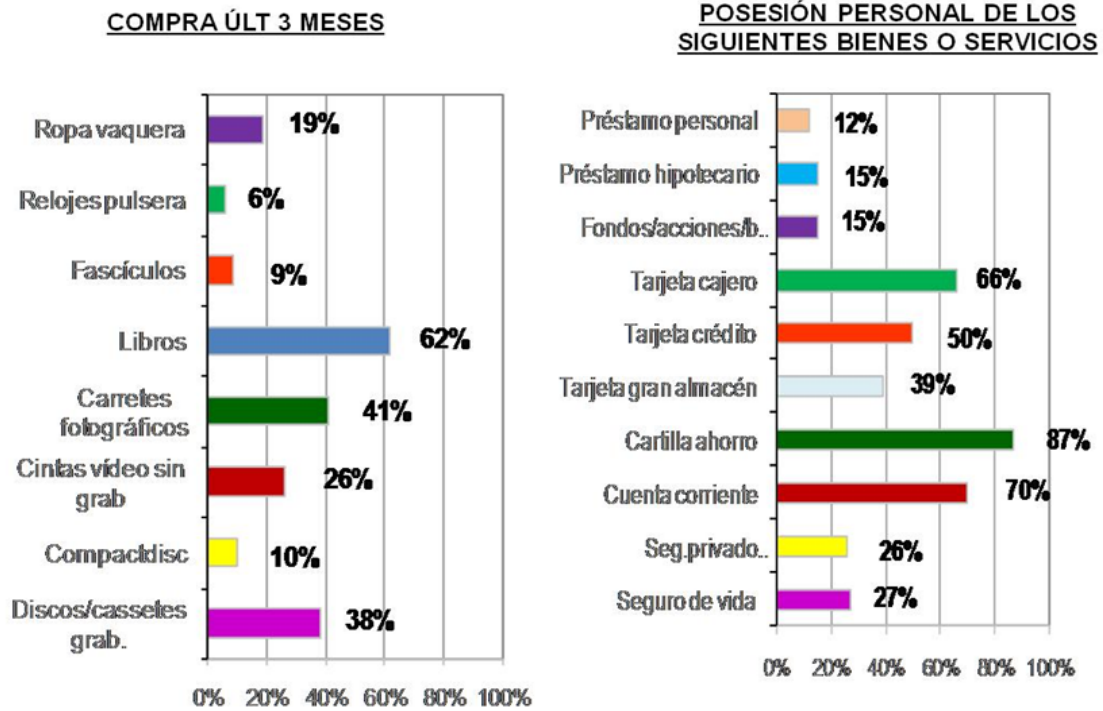
MEDIOS DE TRANSPORTE VACACIONES



FUENTE: EGM3er. Año móvil 1990 Cuantificación: 1.564.000

- Gráfico 37. Estilo de vida Yuppies 1990. Compras-Poseción bienes. Pag. 113

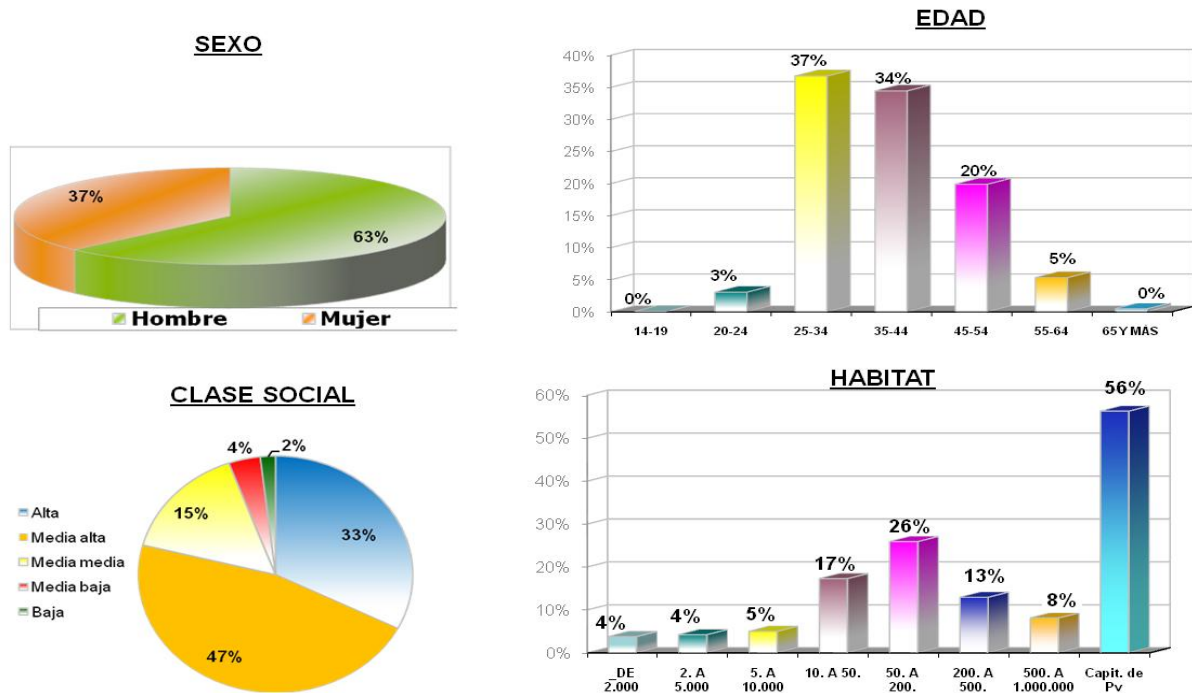
Estilo de vida Individuos Yuppies 1990



FUENTE: EGM 3er. Año móvil 1990 Cuantificación: 1.564.000

- Gráfico 38. Perfil Yuppies 1995. Sexo-Edad-Clase social-Habitat. Pag. 114

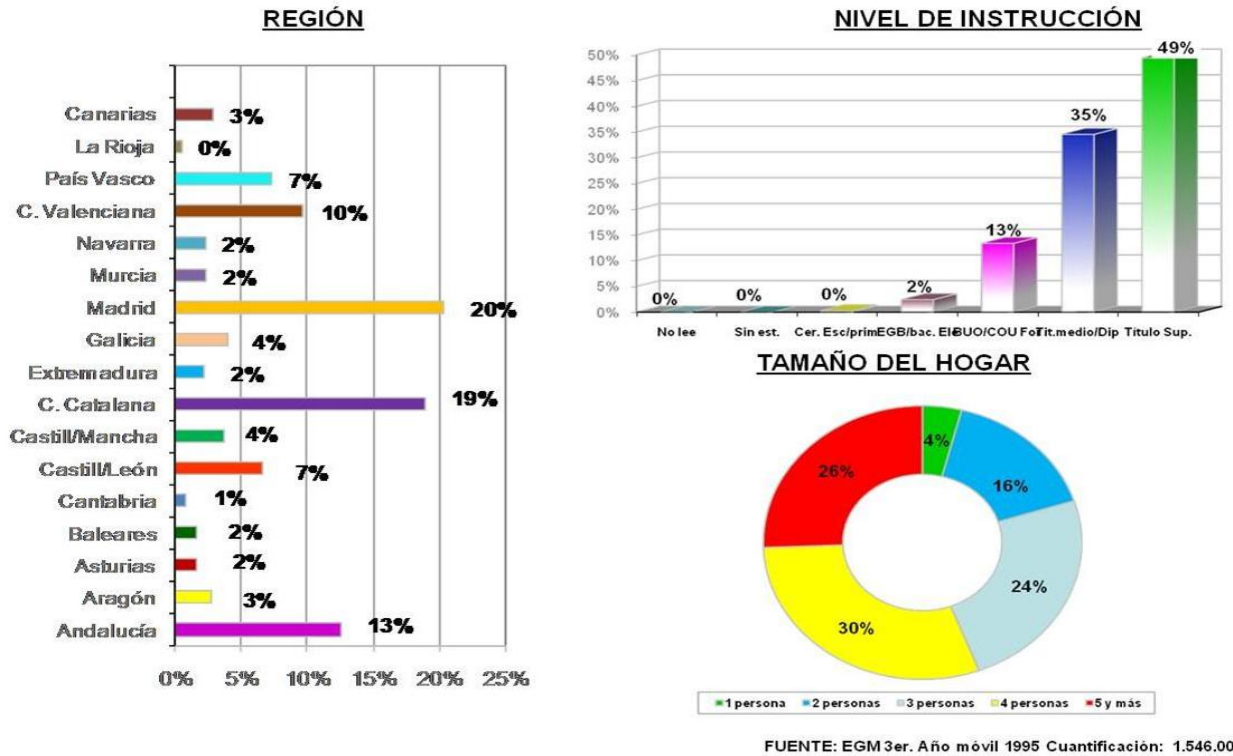
Perfil Yuppies 1995



FUENTE: EGM 3er. Año móvil 1995 Cuantificación: 1.546.000

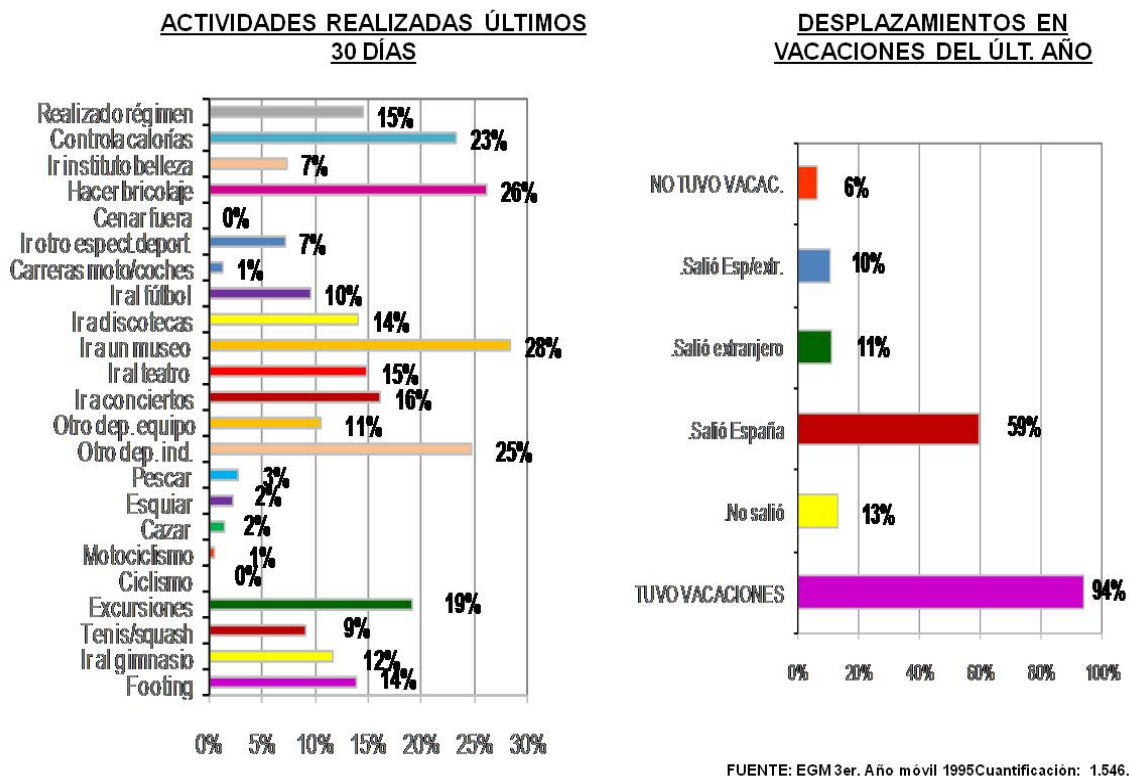
• Gráfico 39. Perfil Yuppies 1995. Región-Nivel de instrucción-Tamaño del hogar. Pag. 115

Perfil Yuppies 1995



• Gráfico 40. Estilo de vida Yuppies 1995. Actividades-Desplazamientos. Pag. 116

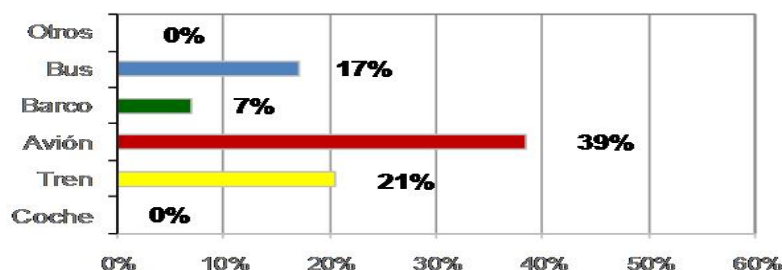
Estilo de vida Yuppies 1995



- Gráfico 41. Estilo de vida Yuppies 1995. Medios de transporte. Pag. 117

Estilo de vida Yuppies 1995

MEDIOS DE TRANSPORTE VACACIONES

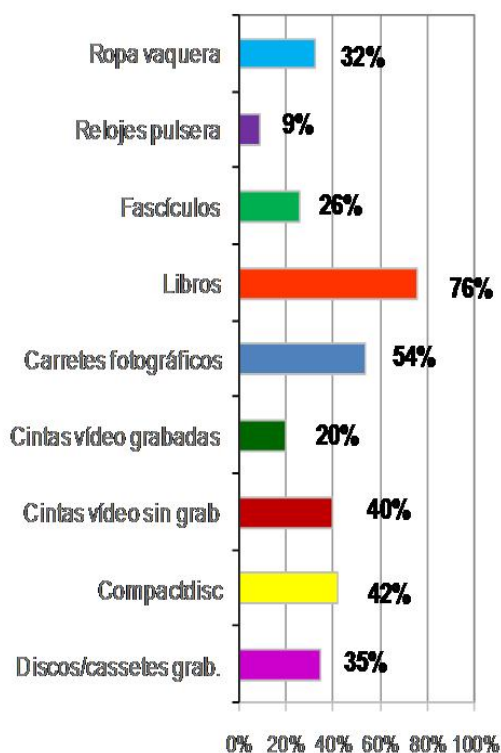


FUENTE: EGM 3er. Año móvil 1990 Cuantificación: 1.564.000

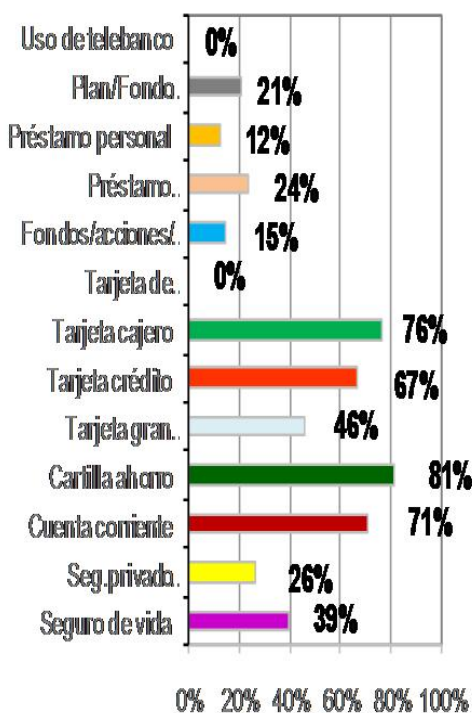
- Gráfico 42. Estilo de vida Yuppies 1995. Compras-Poseción bienes. Pag. 118

Estilo de vida Yuppies 1995

COMPRA ÚLT 3 MESES



POSESIÓN PERSONAL DE LOS SIGUIENTES BIENES O SERVICIOS



FUENTE: EGM 3er. Año móvil 1995 Cuantificación: 1.546.000

• Gráfico 43. Comparación Ind.> 25-Yuppies 1995. Sexo-Edad Pag. 119

Comparación Ind. >25 - Yuppies 1995

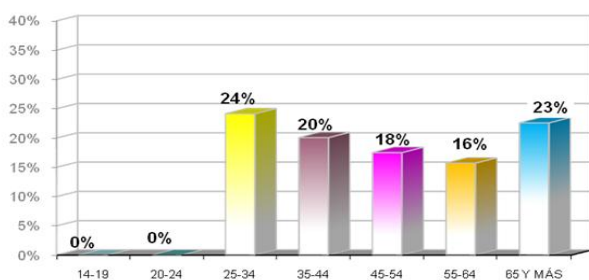
SEXO Ind >25 1995



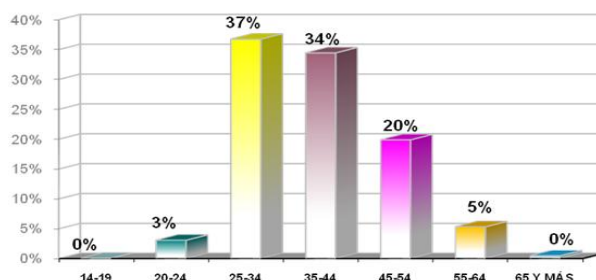
SEXO YUPPIES 1995



EDAD Ind. >25 1995



EDAD YUPPIES 1995

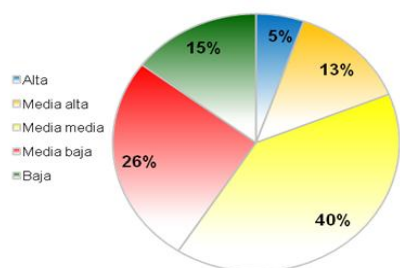


FUENTE: EGM 3er. Año móvil 1995

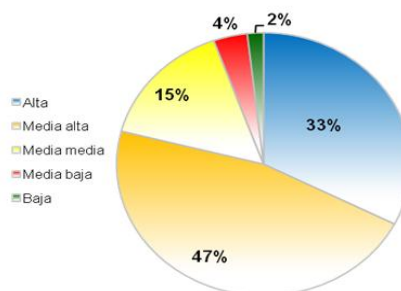
• Gráfico 44. Comparación Ind.> 25-Yuppies 1995. Clase social-Habitat. Pag. 120

Comparación Ind. >25 - Yuppies 1995

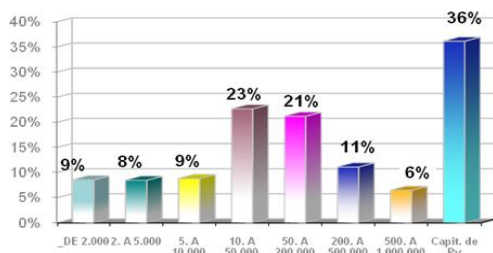
CLASE SOCIAL Ind.>25 1995



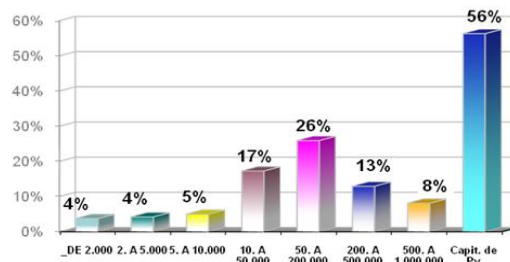
CLASE SOCIAL YUPPIES 1995



HABITAT Ind.>25 1995



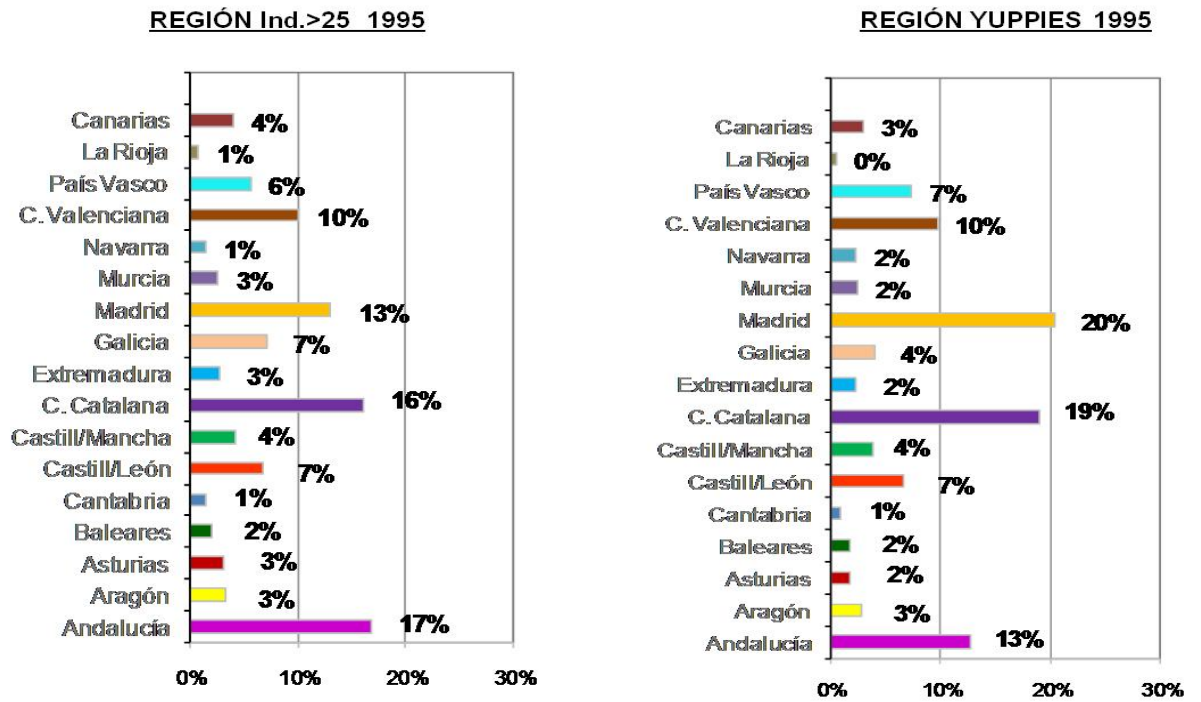
HABITAT YUPPIES 1995



FUENTE: EGM 3er. Año móvil 1995

• Gráfico 45. Comparación Ind.> 25-Yuppies 1995. Región. Pag. 121

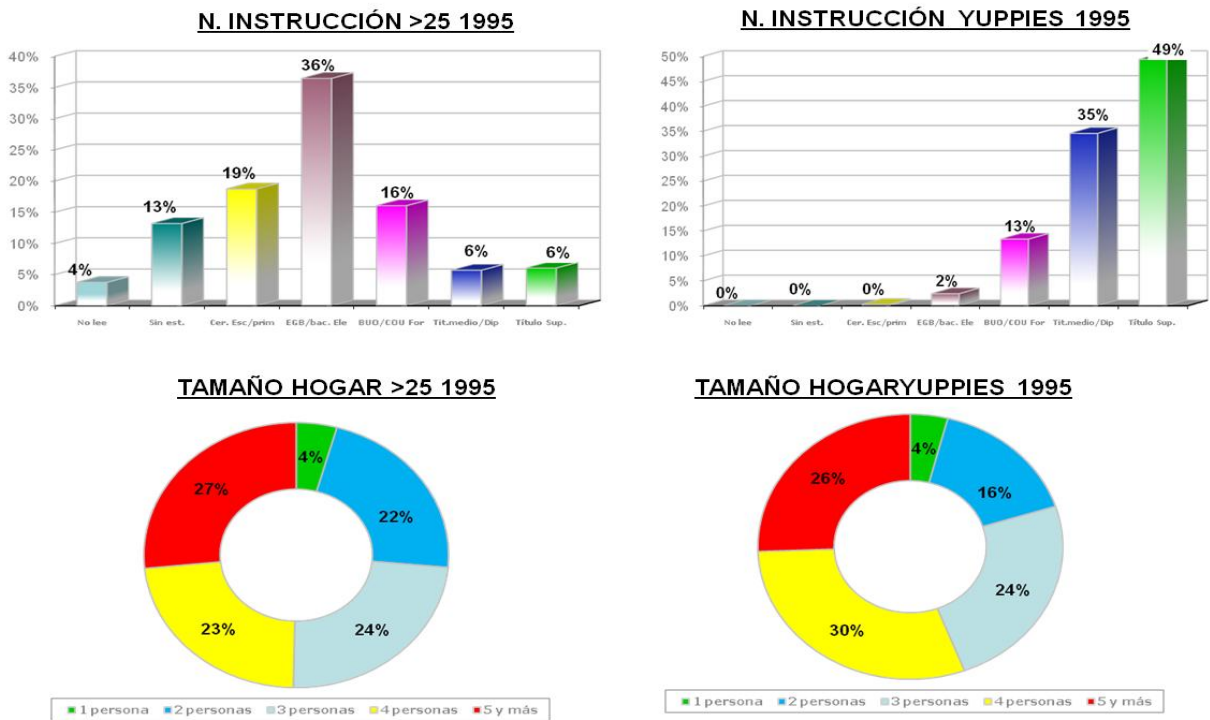
Comparación Ind. >25 – Yuppies 1995



FUENTE: EGM 3er. Año móvil 1995

• Gráfico 46. Comparación Ind.> 25-Yuppies 1995. Nivel de instrucción-Tamaño del hogar. Pag. 122

Comparación Ind. >25 - Yuppies 1995

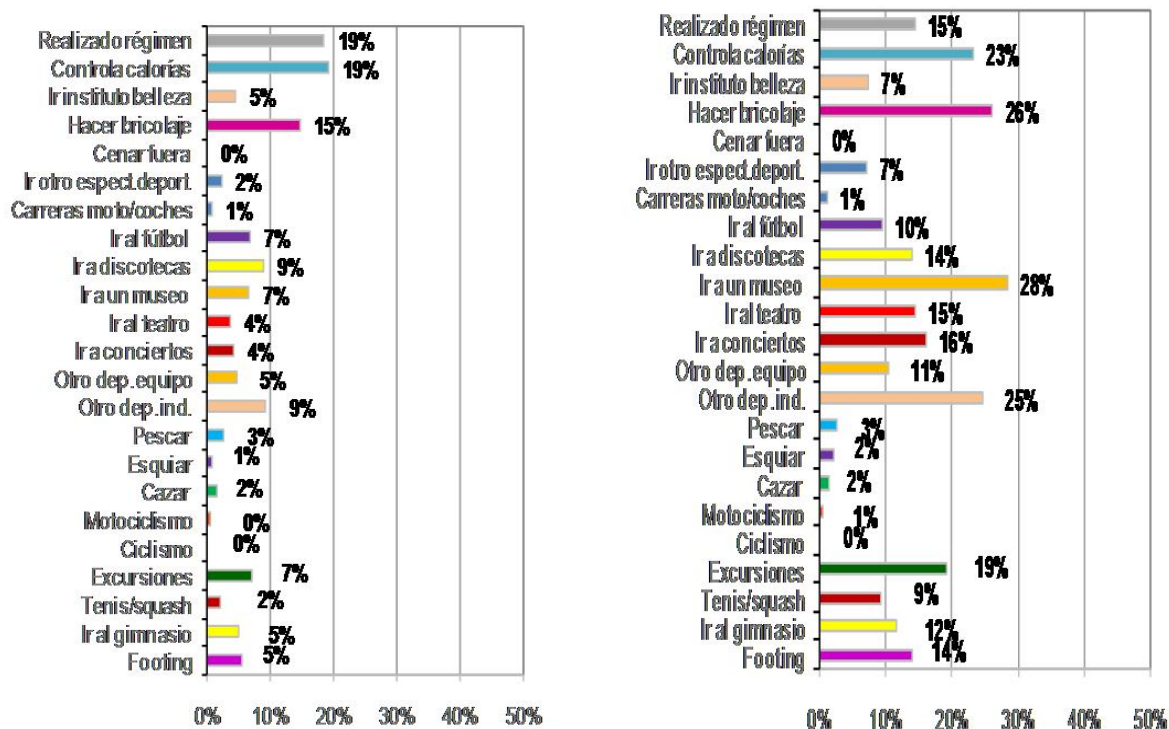


FUENTE: EGM 3er. Año móvil 1995

• Gráfico 47. Comparación Ind.> 25-Yuppies 1995. Actividades realizadas. Pag. 123

Comparación Ind. >25 - Yuppies 1995

ACTIVIDADES REALIZADAS ÚLTIMOS 30 DÍAS

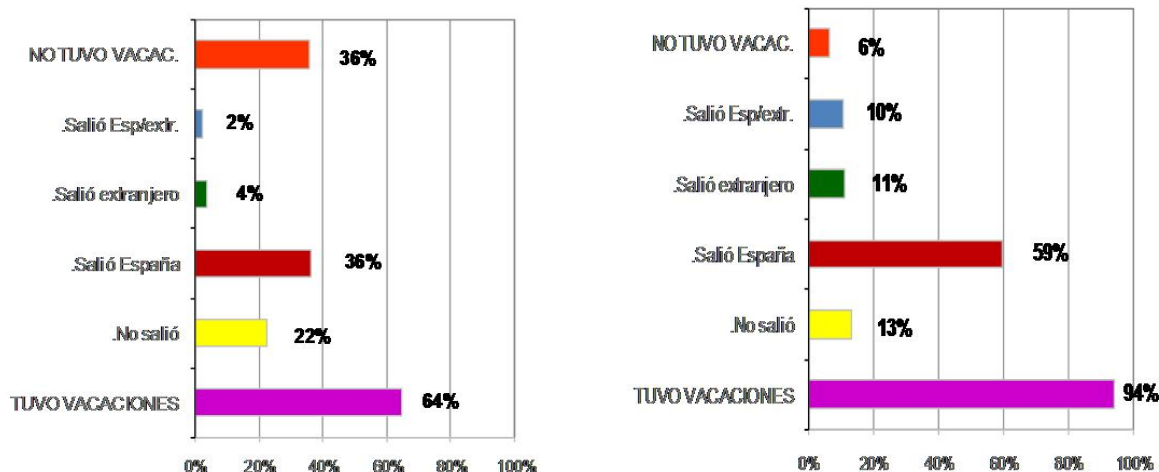


FUENTE: EGM 3er. Año móvil 1995

• Gráfico 48. Comparación Ind.> 25-Yuppies 1995. Desplazamientos en vacaciones. Pag. 124

Comparación Ind. >25 - Yuppies 1995

DESPLAZAMIENTOS EN VACACIONES DEL ÚLT. AÑO

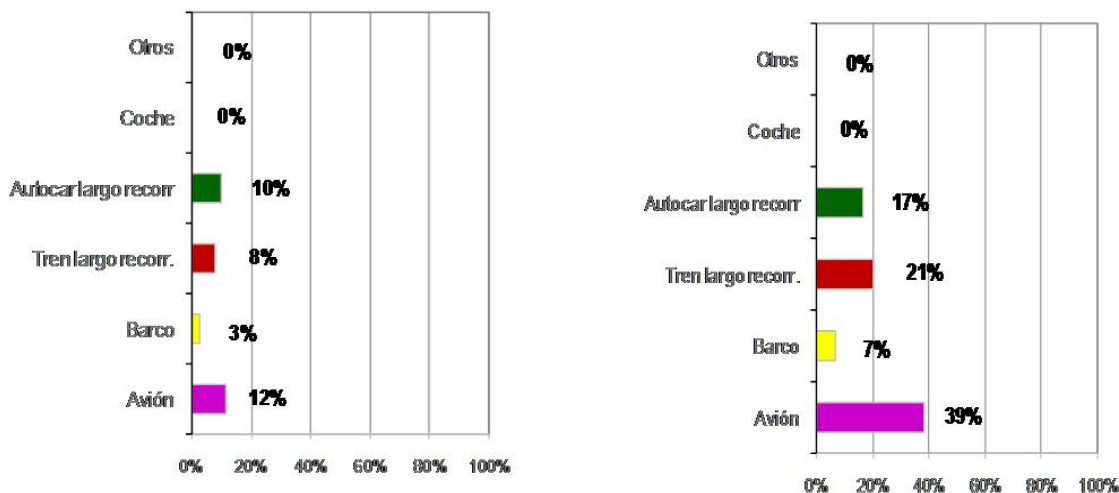


FUENTE: EGM 3er. Año móvil 1995

• Gráfico 49. Comparación Ind.> 25-Yuppies 1995. Medios de transporte. Pag. 125

Comparación Ind. >25 - Yuppies 1995

MEDIOS DE TRANSPORTE EN VIAJES LARGOS USADOS EN EL ÚLTIMO AÑO

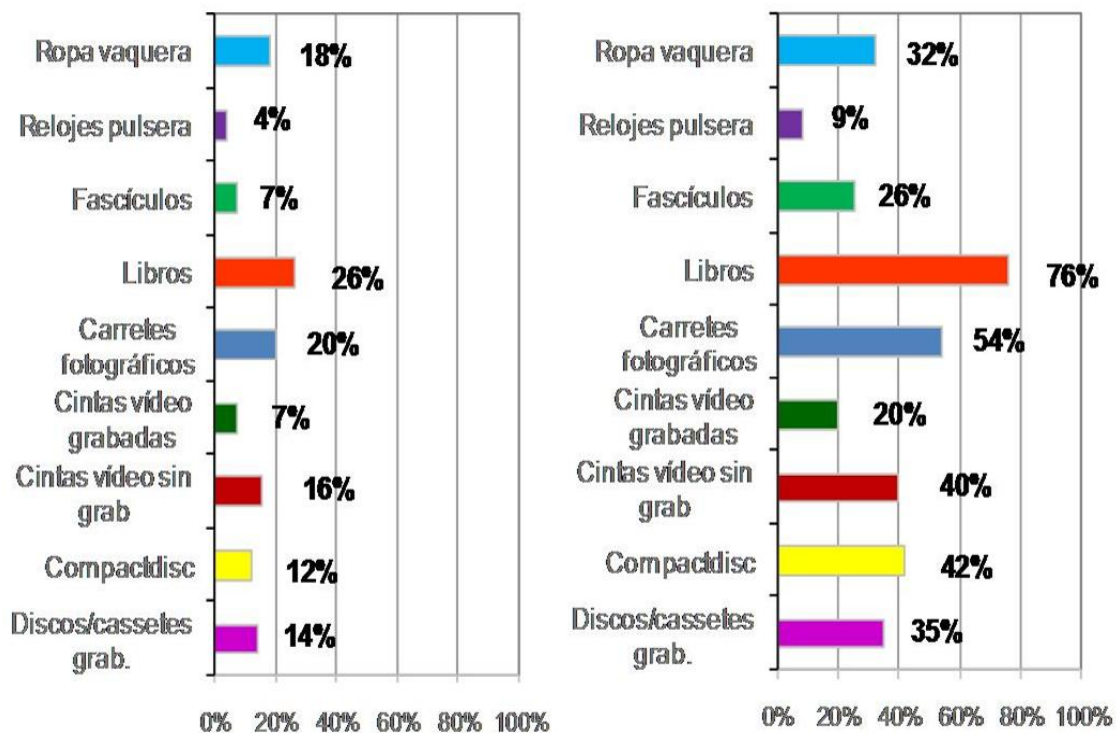


FUENTE: EGM 3er. Año móvil 1995

• Gráfico 50. Comparación Ind.> 25-Yuppies 1995. Compras. Pag. 126

Comparación Ind. >25 - Yuppies 1995

COMPRA ÚLT 3 MESES

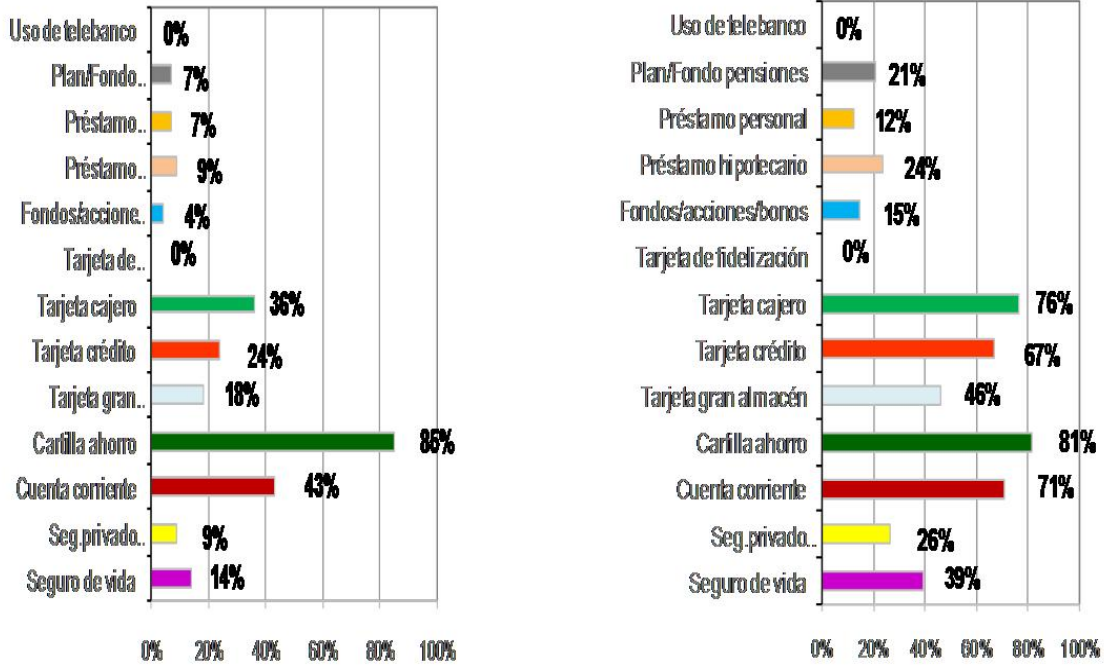


FUENTE: EGM . 3er. Año móvil 1995

- **Gráfico 51. Comparación Ind.> 25-Yuppies 1995. Posesión bienes. Pag. 127**

Comparación Ind. >25 - Yuppies 1995

POSESIÓN PERSONAL DE LOS SIGUIENTES BIENES O SERVICIOS



FUENTE: EGM 3er. Año móvil 1995

- **Gráfico 52. Comparación Yuppies 1990-1995. Sexo-Edad. Pag. 128**

Comparación Yuppies 1990 - 1995

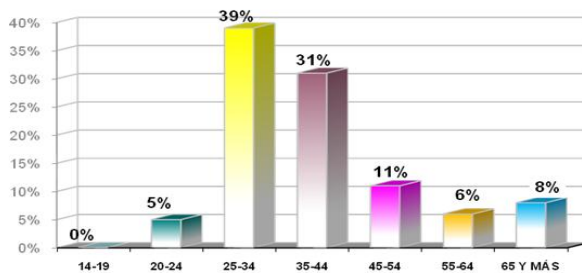
SEXO YUPIES 1990



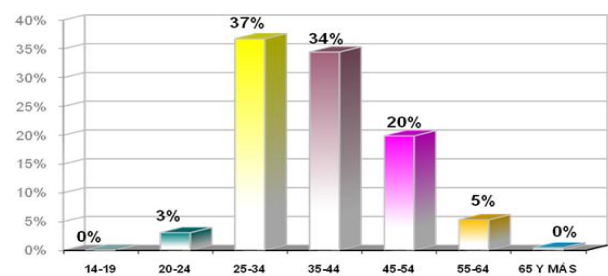
SEXO YUPIES 1995



EDAD YUPIES 1990



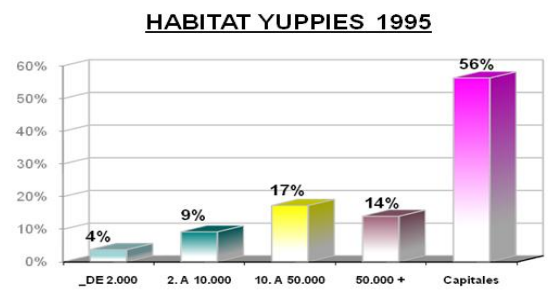
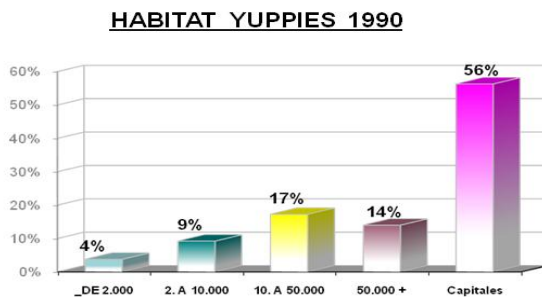
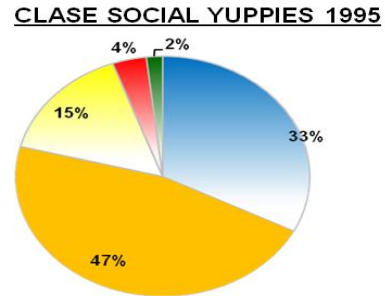
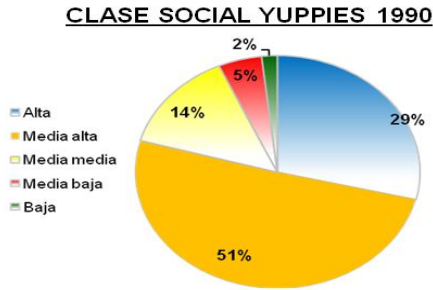
EDAD YUPIES 1995



FUENTE: EGM 3er. Año móvil 1990, 3er. Año móvil 1995

• Gráfico 53. Comparación Yuppies 1990-1995. Clase social-Habitat. Pag. 129

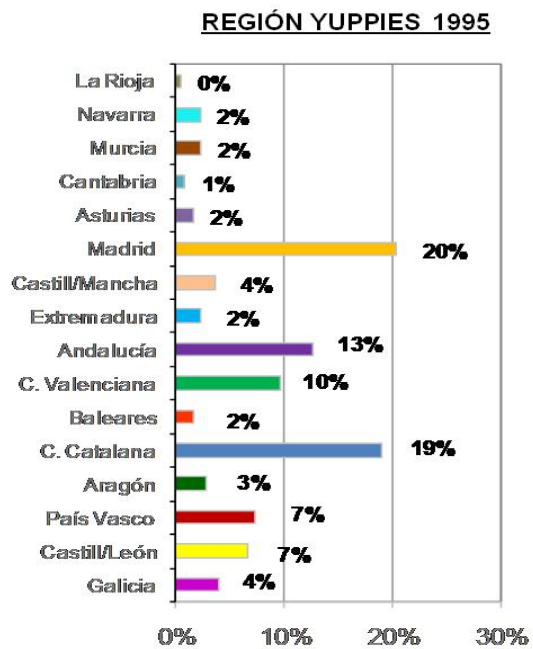
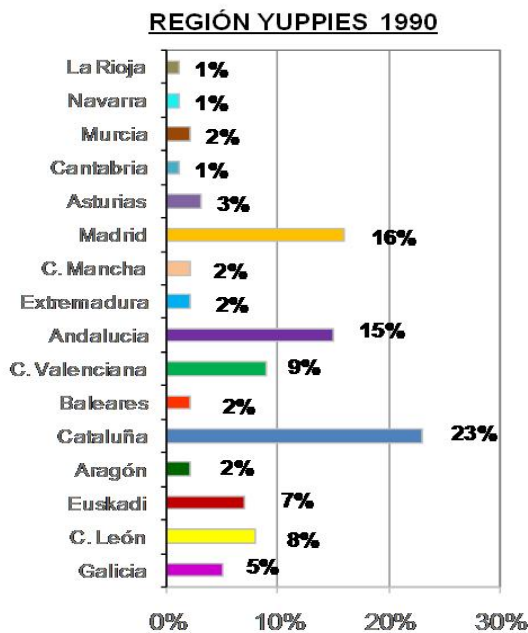
Comparación Yuppies 1990 - 1995



FUENTE: EGM 3er. Año móvil 1990. 3er. Año móvil 1995

• Gráfico 54. Comparación Yuppies 1990-1995. Región. Pag. 130

Comparación Yuppies 1990 - 1995

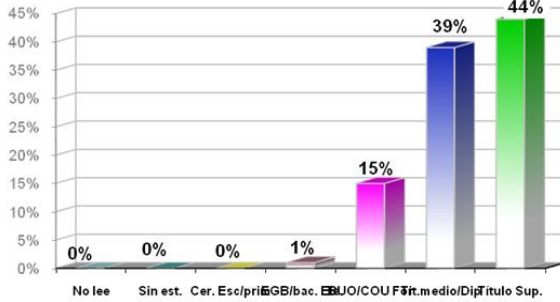


FUENTE: EGM 3er. Año móvil 1990 3er. Año móvil 1995

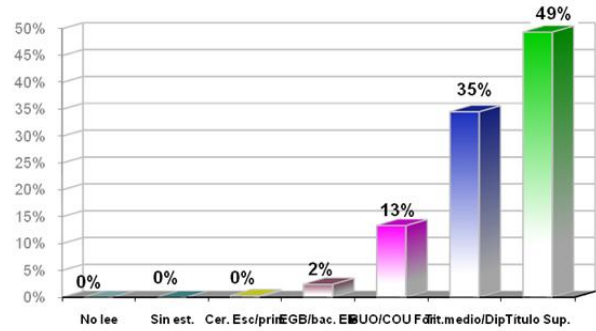
- Gráfico 55. Comparación Yuppies 1990-1995. Nivel de instrucción-Tamaño hogar. Pag. 131

Comparación Yuppies 1990 - 1995

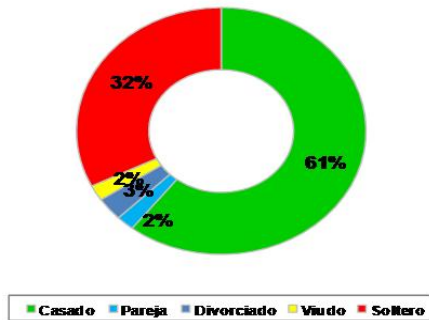
NIVEL DE INSTRUCCIÓN YUPPIES 1990



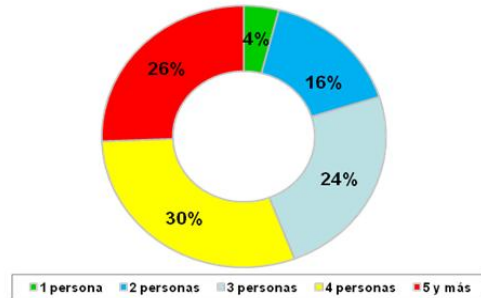
NIVEL DE INSTRUCCIÓN YUPPIES 1995



ESTADO CIVIL YUPPIES 1990



TAMAÑO HOGAR YUPPIES 1995

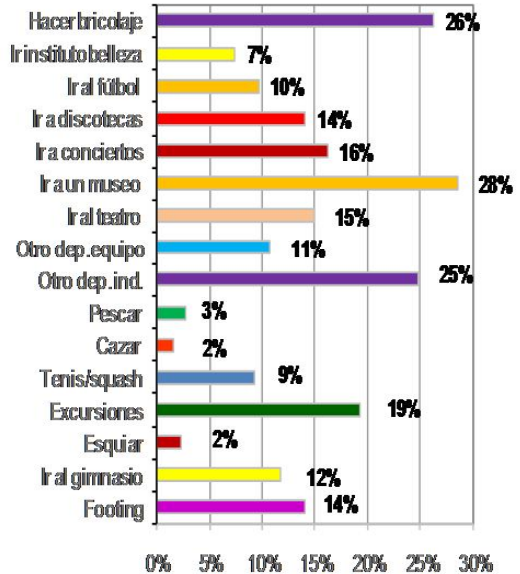
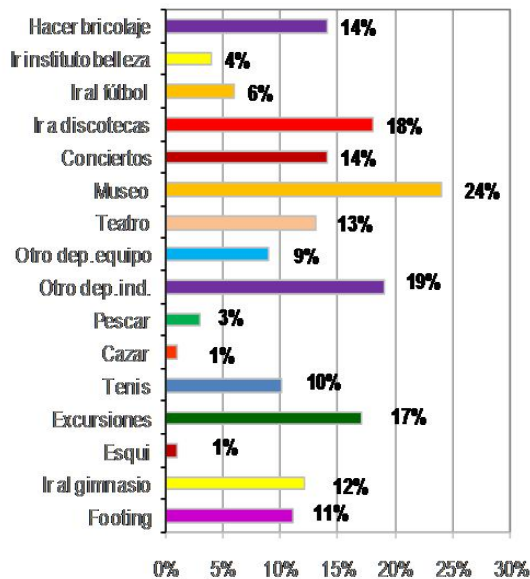


FUENTE: EGM 3er. Año móvil 1990. 3er. Año móvil 1995

- Gráfico 56. Comparación Yuppies 1990-1995. Actividades realizadas. Pag. 132

Comparación Yuppies 1990 - 1995

ACTIVIDADES REALIZADAS ÚLTIMOS 30 DÍAS

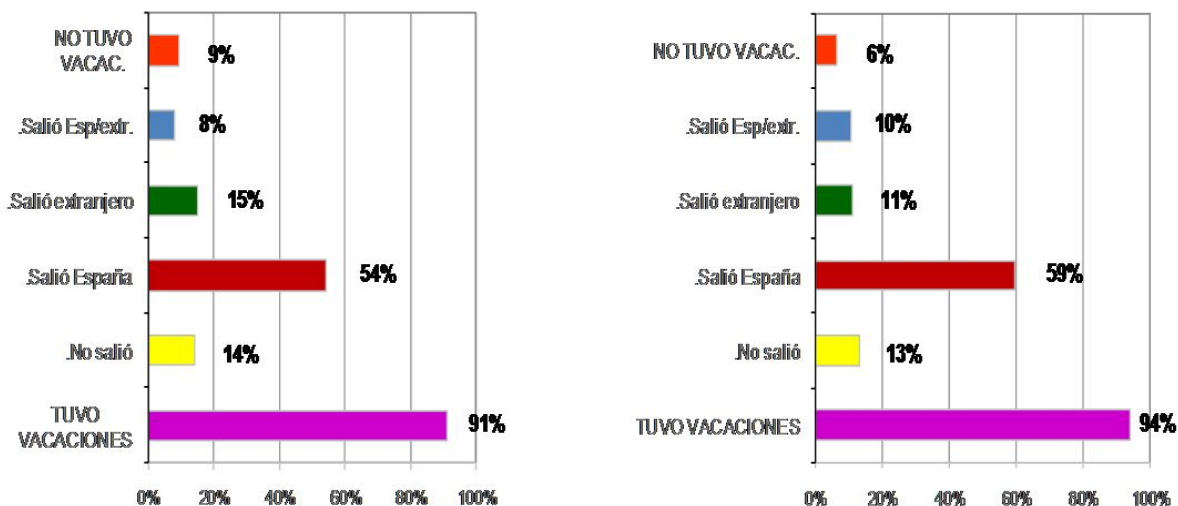


FUENTE: EGM 3er. Año móvil 1990. 3er. Año móvil 1995

- Gráfico 57. Comparación Yuppies 1990-1995. Desplazamientos en vacaciones. Pag. 133

Comparación Yuppies 1990 - 1995

DESPLAZAMIENTOS EN VACACIONES DEL ÚLT. AÑO

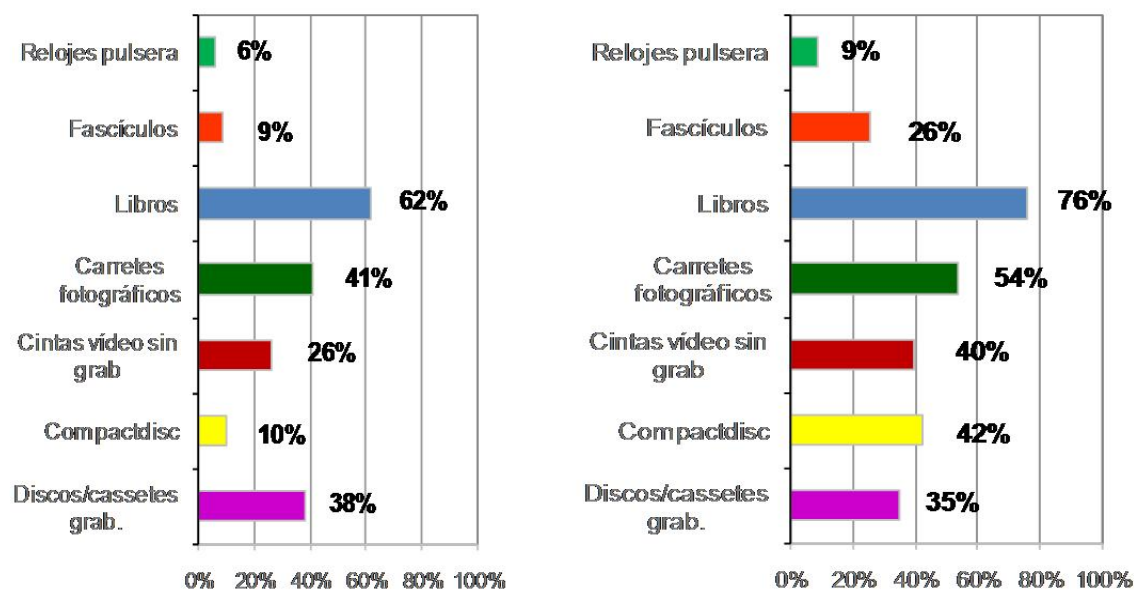


FUENTE: EGM 3er. Año móvil 1990. 3er. Año móvil 1995

- Gráfico 58. Comparación Yuppies 1990-1995. Compras. Pag. 134

Comparación Yuppies 1990 - 1995

COMPRA ÚLT 3 MESES

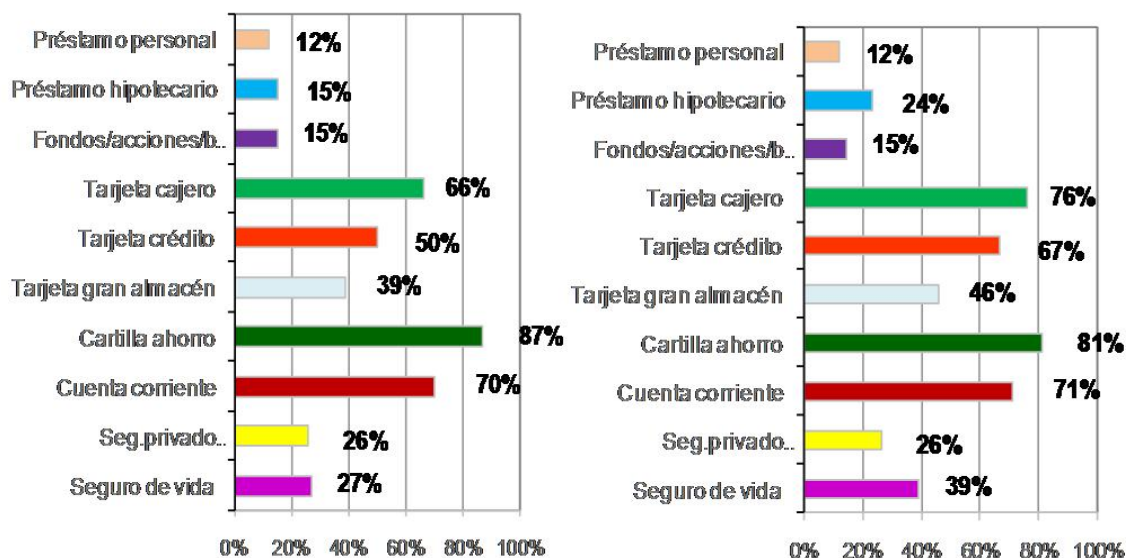


FUENTE: EGM 3er. Año móvil 1990. 3er. Año móvil 1995

- Gráfico 59. Comparación Yuppies 1990-1995. Posesión bienes. Pag. 135

Comparación Yuppies 1990 - 1995

POSESIÓN PERSONAL DE LOS SIGUIENTES BIENES O SERVICIOS



FUENTE: EGM 3er. Año móvil 1990. 3er. Año móvil 1995

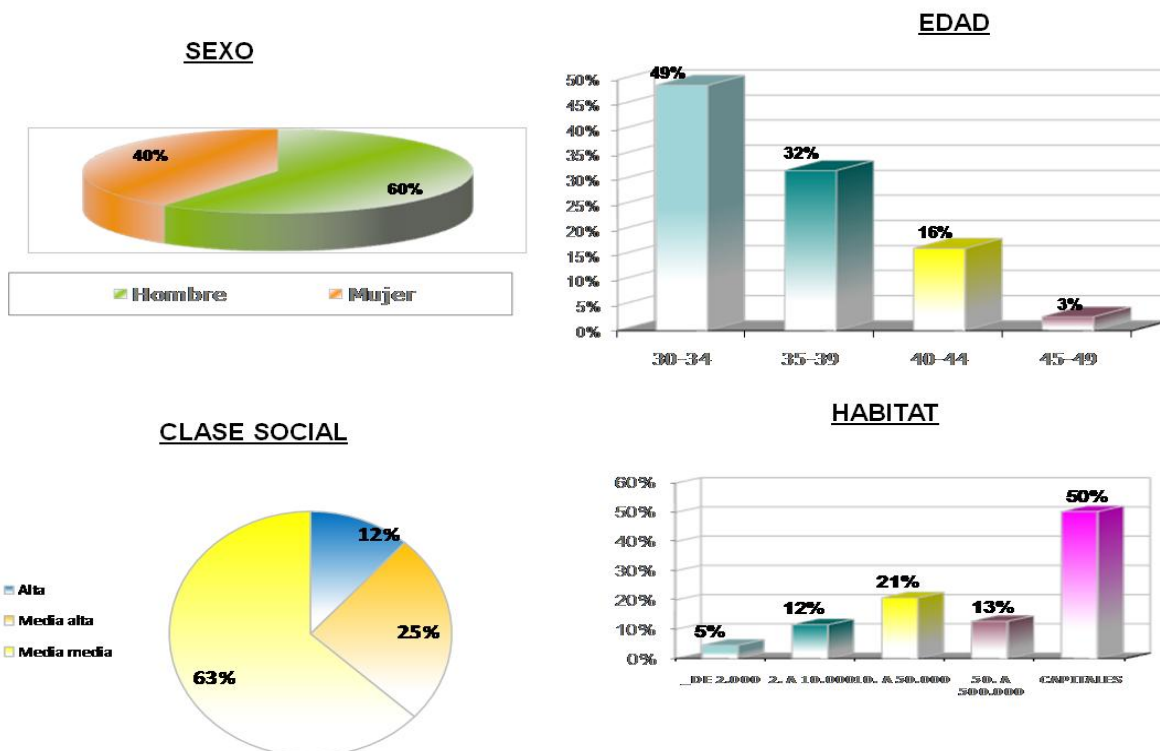
- Gráfico 60. Cuantificación INE Singles. Pag. 139

	Soltero		Viudo				Separado o divorciado				TOTAL					
	2008TIV	2008TIII	2008TII	2008TI	2008TIV	2008TIII	2008TII	2008TI	2008TIV	2008TIII	2008TII	2008TI	2008TIV	2008TIII	2008TII	2008TI
Ambos sexos																
De 30 a 34 años	1.795,50	1.831,10	1.839,70	1.759,30	4,20	5,00	5,50	6,70	124,20	123,80	125,30	134,30	1.923,90	1.959,90	1.970,50	1.900,30
De 35 a 39 años	1.013,60	980,90	948,30	949,20	14,20	10,70	12,10	15,60	228,60	239,00	234,70	233,60	1.256,40	1.230,60	1.195,10	1.198,40
De 40 a 44 años	651,80	624,60	621,50	615,10	26,60	27,80	28,30	26,20	273,80	266,60	272,40	267,50	952,20	919,00	922,20	908,80
TOTAL	3.460,90	3.436,60	3.409,50	3.323,60	45,00	43,50	45,90	48,50	626,60	629,40	632,40	635,40	4.132,50	4.109,50	4.087,80	4.007,50
Varones																
De 30 a 34 años	1.073,00	1.099,70	1.106,30	1.067,60	0,80	1,20	0,50	0,50	42,90	44,00	43,90	45,50	1.116,70	1.144,90	1.150,70	1.113,60
De 35 a 39 años	626,50	611,60	590,60	580,00	1,60	1,50	1,60	3,10	91,80	95,80	91,30	91,90	719,90	708,90	683,50	675,00
De 40 a 44 años	400,90	379,70	374,50	372,60	4,90	4,40	3,80	4,40	111,10	103,90	108,60	106,00	516,90	488,00	486,90	483,00
VARONES	2.100,40	2.091,00	2.071,40	2.020,20	7,30	7,10	5,90	8,00	245,80	243,70	243,80	243,40	2.363,60	2.341,80	2.321,10	2.271,60
Mujeres																
De 30 a 34 años	722,50	731,40	733,40	691,60	3,40	3,80	5,00	6,20	81,30	79,80	81,40	88,80	807,20	815,00	819,80	786,60
De 35 a 39 años	387,10	369,30	357,60	369,20	12,60	9,20	10,50	12,50	136,70	143,20	143,40	141,70	536,40	521,70	511,50	523,40
De 40 a 44 años	250,90	244,90	246,90	242,50	21,70	23,40	24,60	21,70	162,80	162,70	163,80	161,40	435,40	431,00	435,30	425,60
MUJERES	1.360,50	1.346,60	1.337,90	1.303,30	37,70	36,40	40,10	40,40	380,80	385,70	388,60	391,90	1.779,00	1.767,70	1.766,60	1.735,60

FUENTE: INE INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA

• Gráfico 61. Perfil Singles 30-45 a-ma-mm 2000. Pag. 141

Perfil Singles 30-45 a-ma-mm 2000

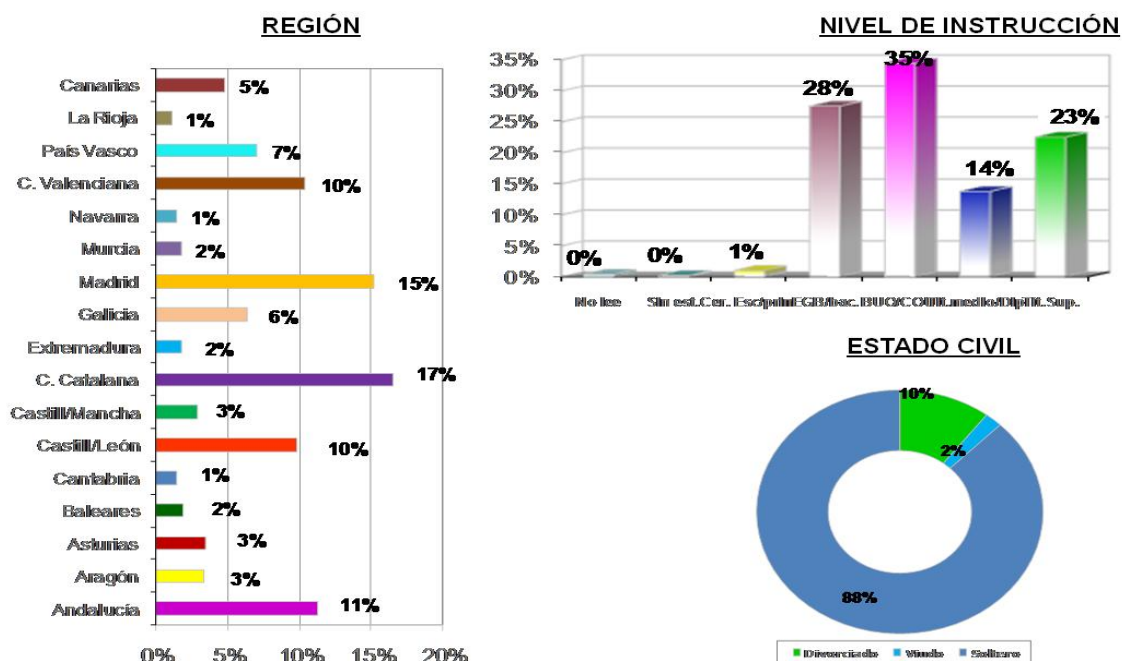


2

FUENTE: EGM 3er. Año móvil 2000 Cuantificación: 1.562.000

• Gráfico 62. Perfil Singles 30-45 a-ma-mm 2000. Pag. 143

Perfil Singles 30-45 a-ma-mm 2000

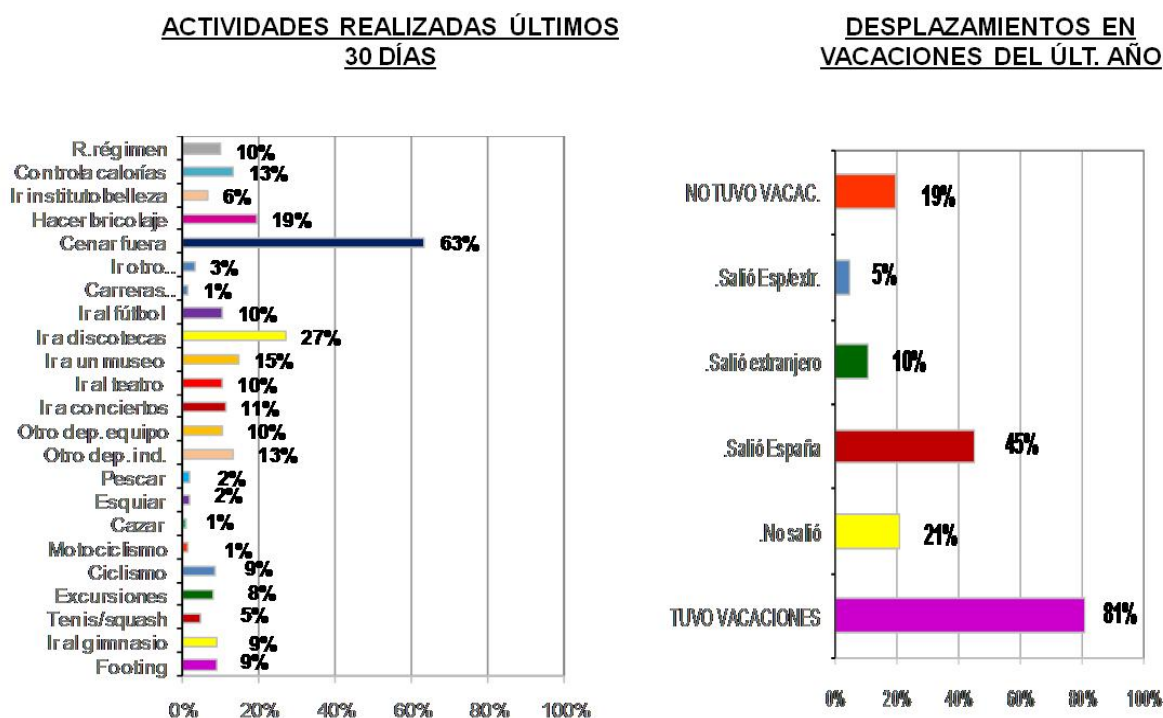


3

FUENTE: EGM 3er. Año móvil 2000 Cuantificación: 1.562.000

- Gráfico 63. Estilo de vida Singles 30-45 a-ma-mm 2000. Actividades-Desplazamientos. Pag. 144

Estilo de vida Singles 30-45 a-ma-mm 2000

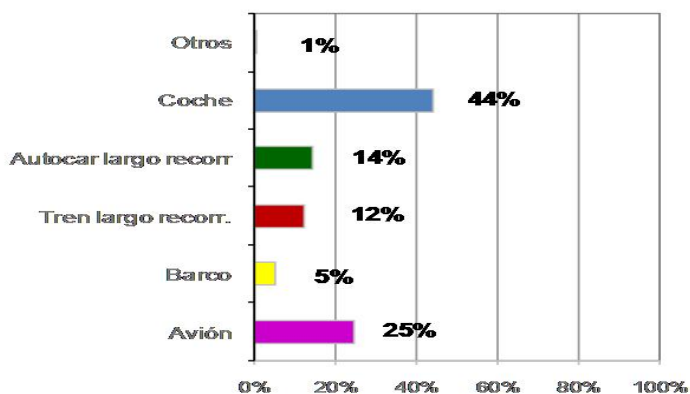


FUENTE: EGM 3er. Año móvil 2000 Cuantificación: 1.562.000

- Gráfico 64. Estilo de vida Singles 30-45 a-ma-mm 2000. Medios de transporte. Pag. 145

Estilo de vida Singles 30-45 a-ma-mm 2000

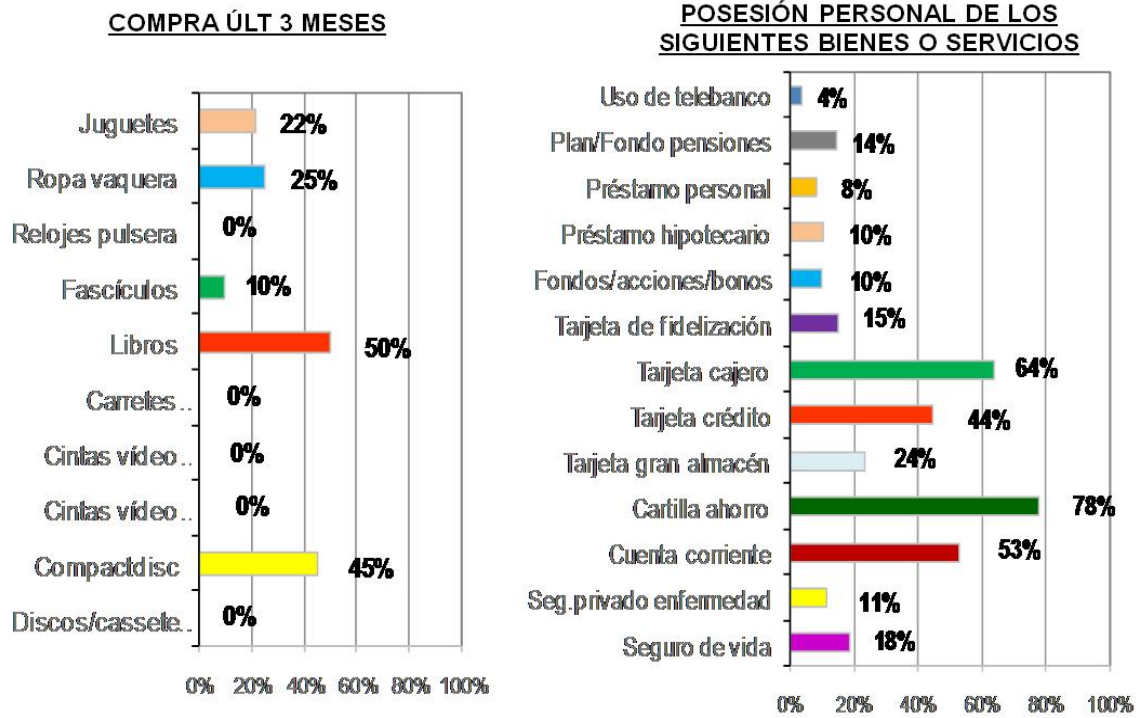
MEDIOS DE TRANSPORTE EN VIAJES LARGOS USADOS EN EL ÚLTIMO AÑO



FUENTE: EGM 3er. Año móvil 2000 Cuantificación: 1.562.000

- Gráfico 65. Estilo de vida Singles 30-45 a-ma-mm 2000. Compras-Posesión bienes. Pag. 146

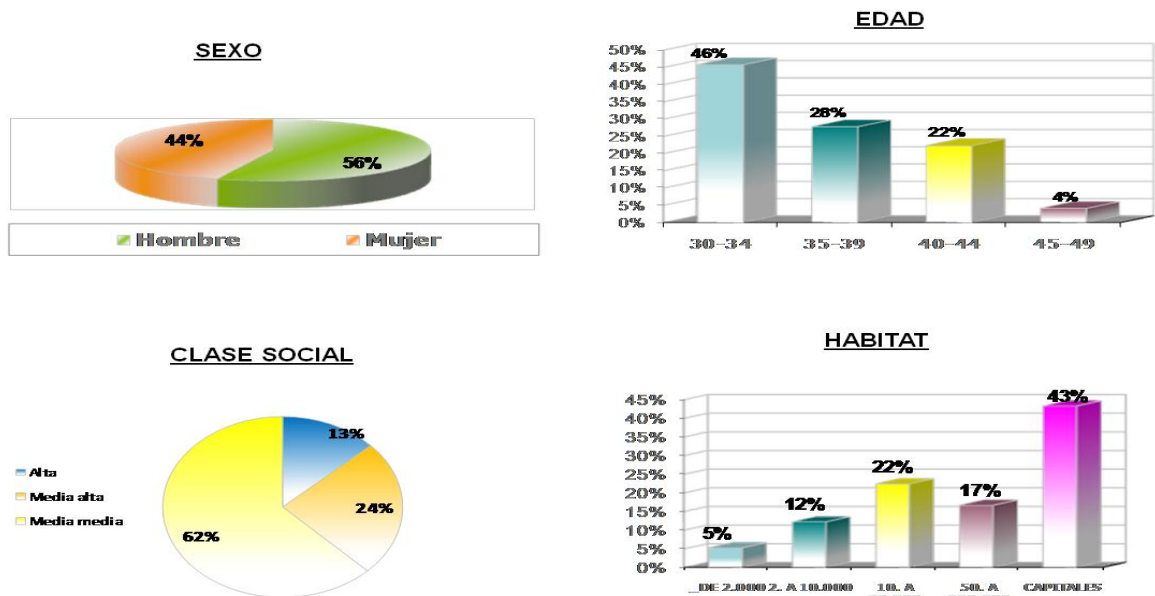
Estilo de vida Singles 30-45 a-ma-mm 2000



FUENTE: EGM 3er. Año móvil 2000 Cuantificación: 1.562.000

- Gráfico 66. Perfil Singles 30-45 a-ma-mm 2008. Sexo-edad-clase social-habitat. Pag. 148

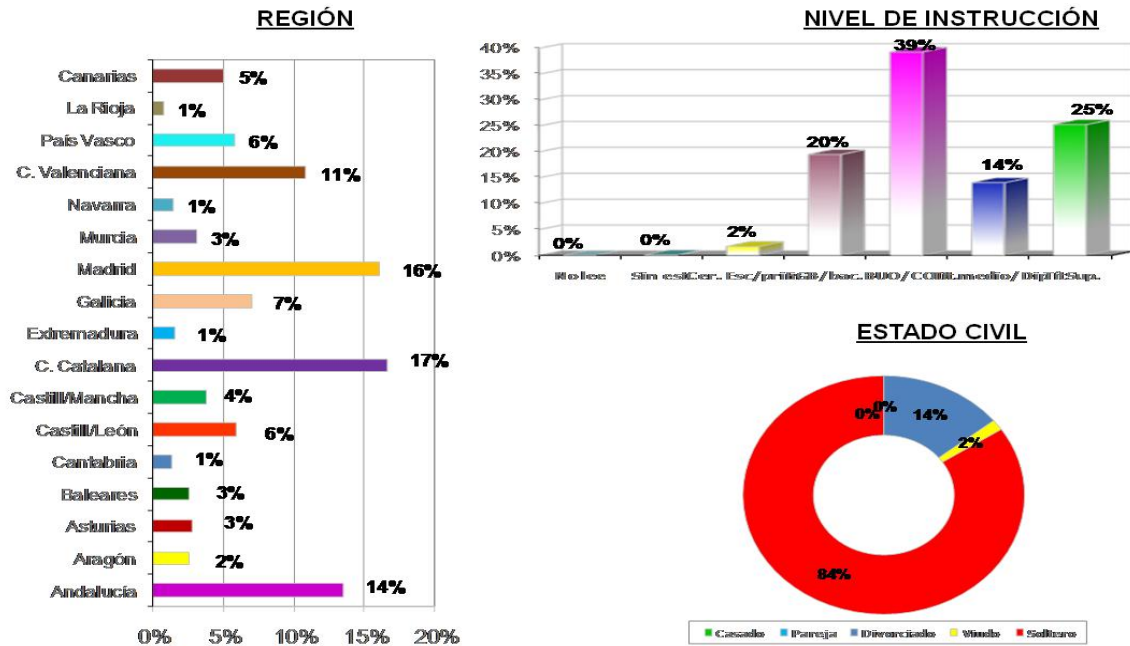
Perfil Singles 30-45 a-ma-mm 2008



FUENTE: EGM 3er. Año móvil 2008 Cuantificación: 2.166.000

- Gráfico 67. Perfil Singles 30-45 a-ma-mm 2008. Región-Nivel instrucción-Estado civil. Pag. 148

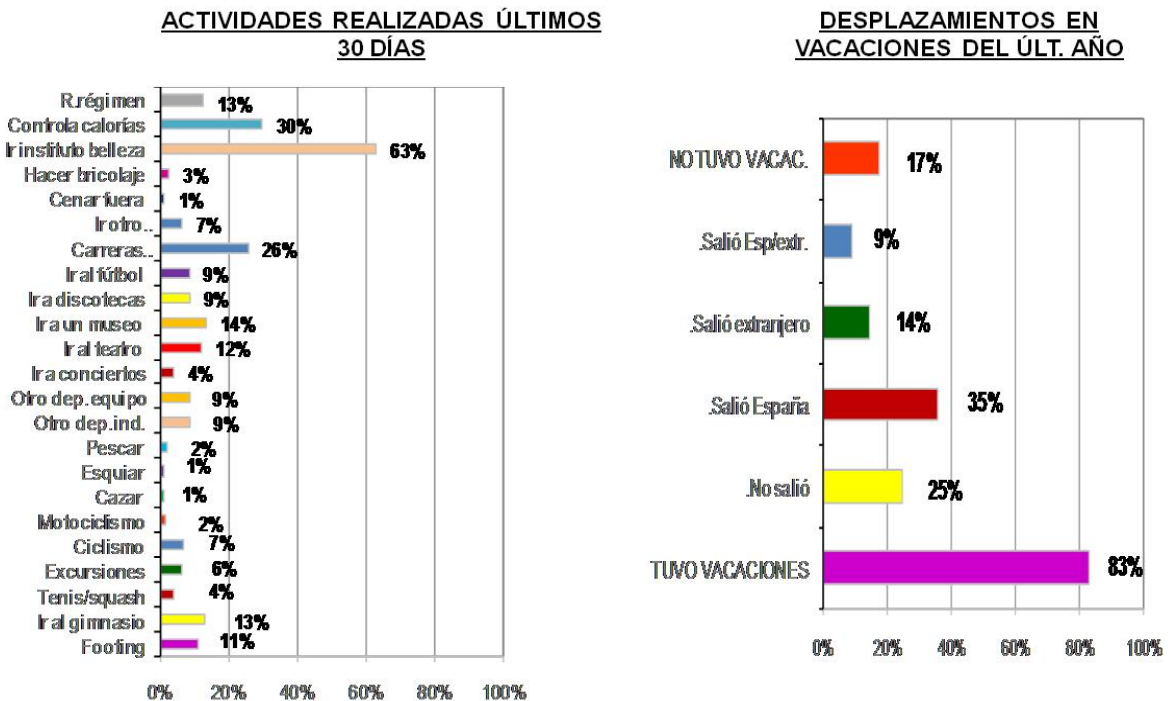
Perfil Singles 30-45 a-ma-mm 2008



FUENTE: EGM 3er. Año móvil 2008 Cuantificación: 2.166.000

- Gráfico 68. Estilo de vida Singles 30-45 a-ma-mm 2008. Actividades-Desplazamientos. Pag. 149

Estilo de vida Singles 30-45 a-ma-mm 2008

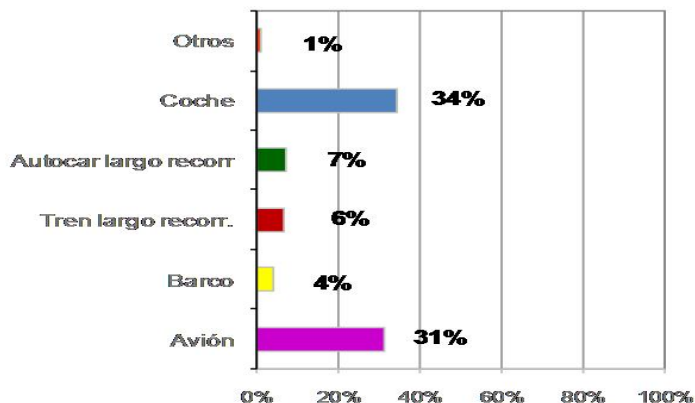


FUENTE: EGM 3er. Año móvil 2008 Cuantificación: 2.166.000

- Gráfico 69. Estilo de vida Singles 30-45 a-ma-mm 2008. Medios de transporte. Pag. 150

Estilo de vida Singles 30-45 a-ma-mm 2008

MEDIOS DE TRANSPORTE EN VIAJES LARGOS USADOS EN EL ÚLTIMO AÑO

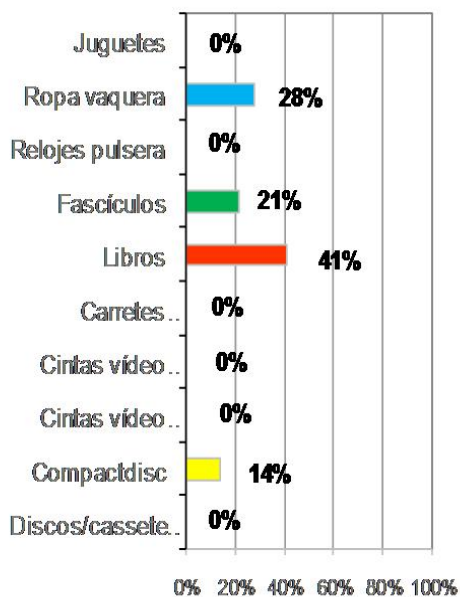


FUENTE: EGM 3er. Año móvil 2008 Cuantificación: 2.166.000

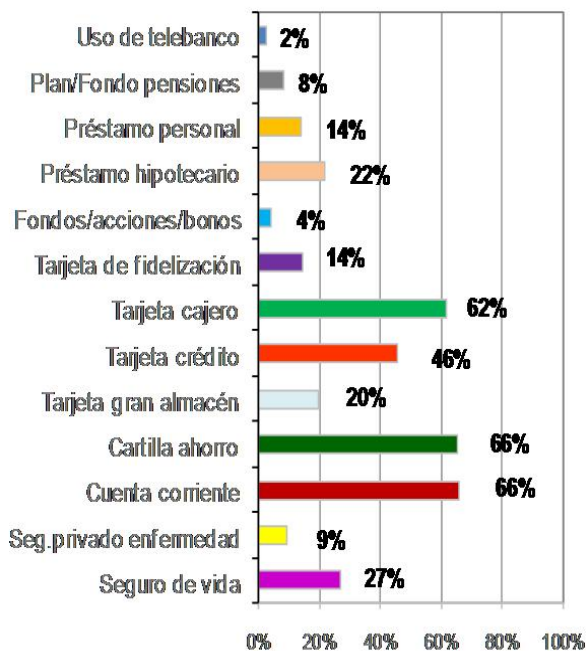
- Gráfico 70. Estilo de vida Singles 30-45 a-ma-mm 2008. Compras-Poseción bienes. Pag. 151

Estilo de vida Singles 30-45 a-ma-mm 2008

COMPRA ÚLT 3 MESES



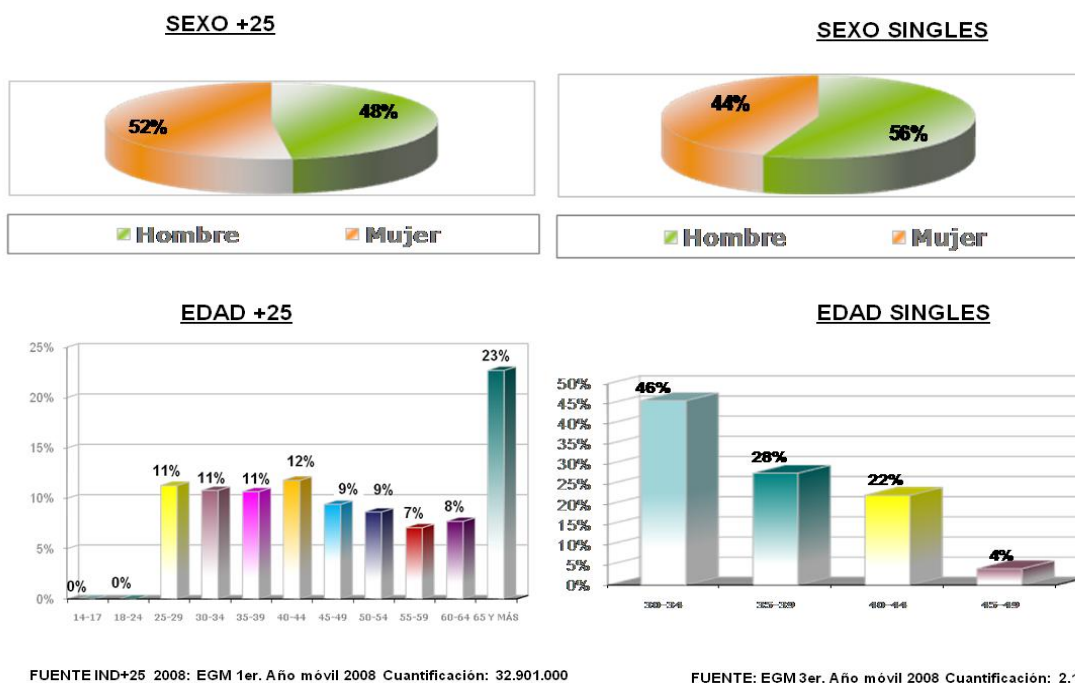
POSESIÓN PERSONAL DE LOS SIGUIENTES BIENES O SERVICIOS



FUENTE: EGM 3er. Año móvil 2008 Cuantificación: 2.166.000

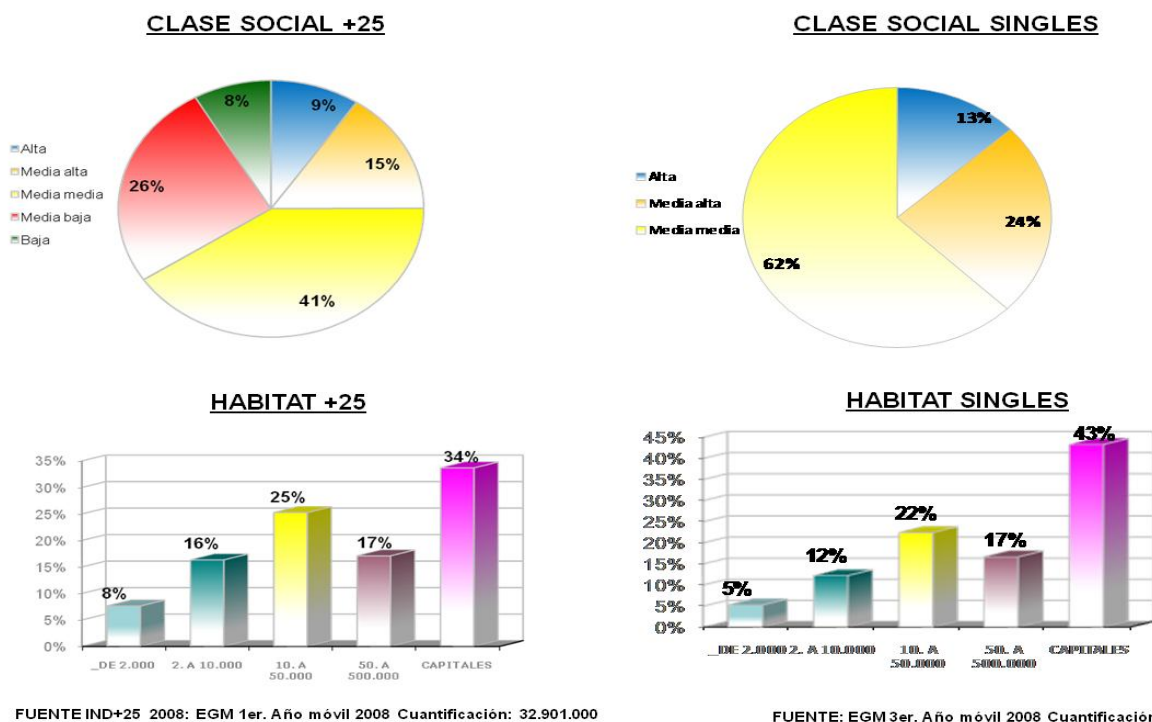
• Gráfico 71. Comparación Ind.> 25-Singles 2008. Sexo-Edad. Pag. 152

Comparación Ind. > 25 - Singles 2008



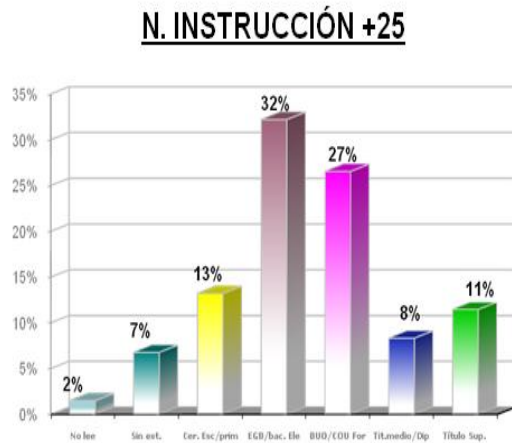
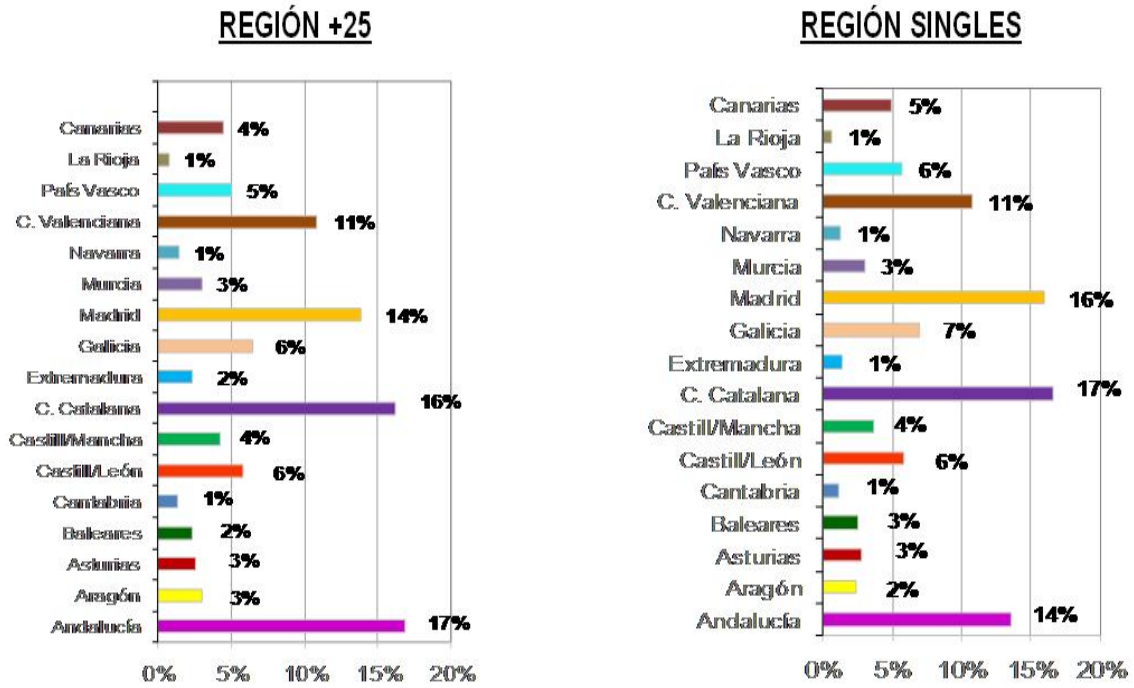
• Gráfico 72. Comparación Ind.> 25-Singles 2008. Clase social-Habitat. Pag. 153

Comparación Ind. > 25 - Singles 2008

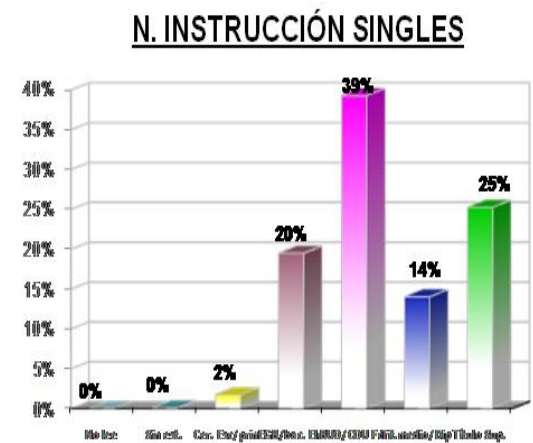


- Gráfico 73. Comparación Ind.> 25-Singles 2008. Región-N. Instrucción. Pag. 154

Comparación Ind. > 25- Singles 2008



FUENTE IND+25 2008: EGM 1er. Año móvil 2008 Cuantificación: 32.901.000

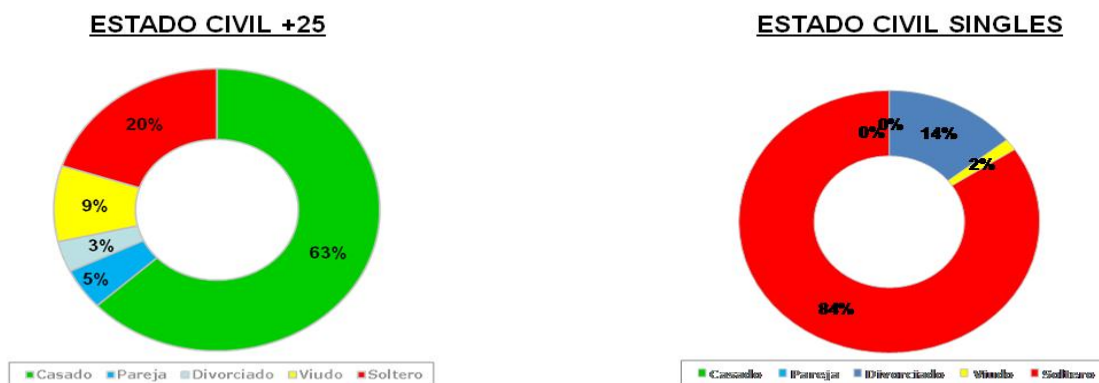


15

FUENTE: EGM 3er. Año móvil 2008 Cuantificación: 2.166.000

- Gráfico 74. Comparación Ind.> 25-Singles 2008. Estado civil. Pag. 155

Comparación Ind. > 25 - Singles 2008

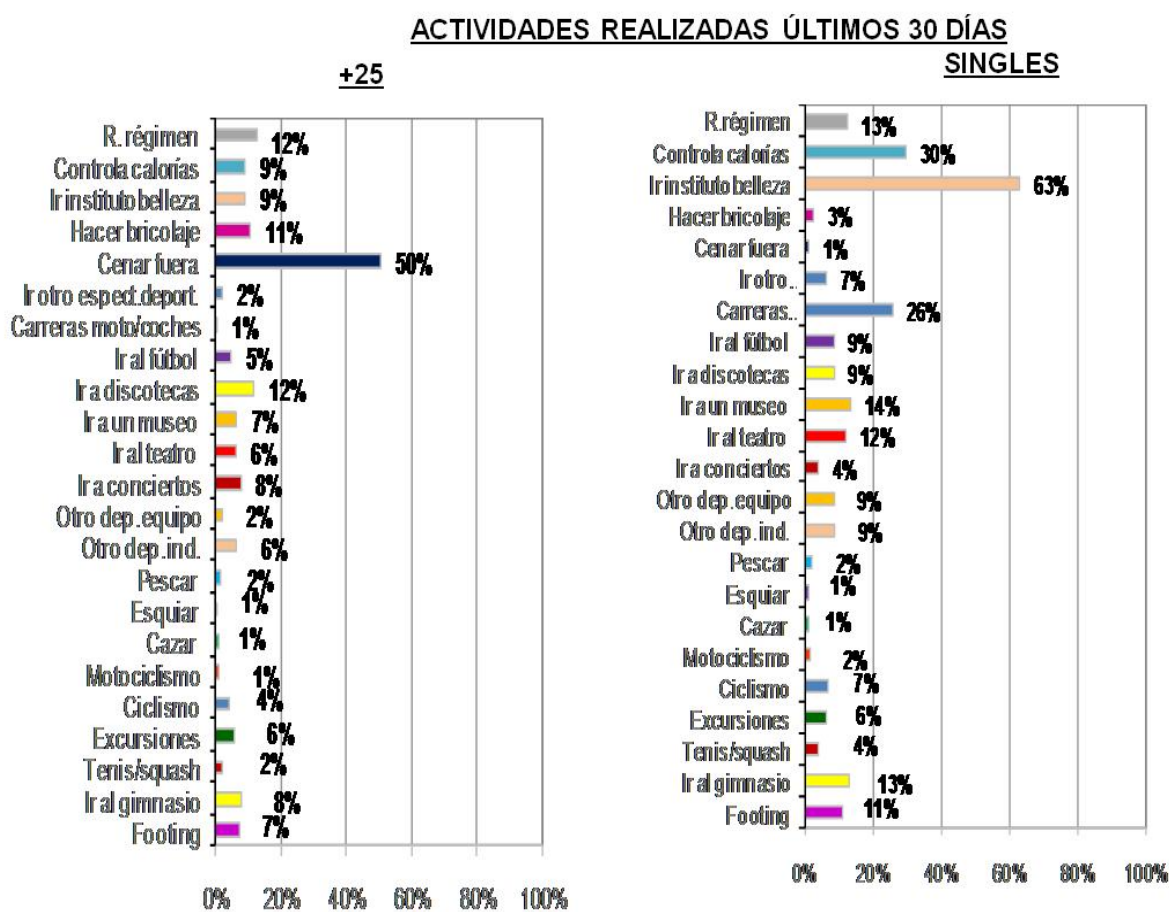


FUENTE IND+25 2008: EGM 1er. Año móvil 2008 Cuantificación: 32.901.000

FUENTE: EGM 3er. Año móvil 2008 Cuantificación: 2.166.000

- Gráfico 75. Comparación Ind.> 25-Singles 2008. Estilo de vida. Actividades. Pag. 156

Estilo de vida Ind. > 25 - Singles 2008



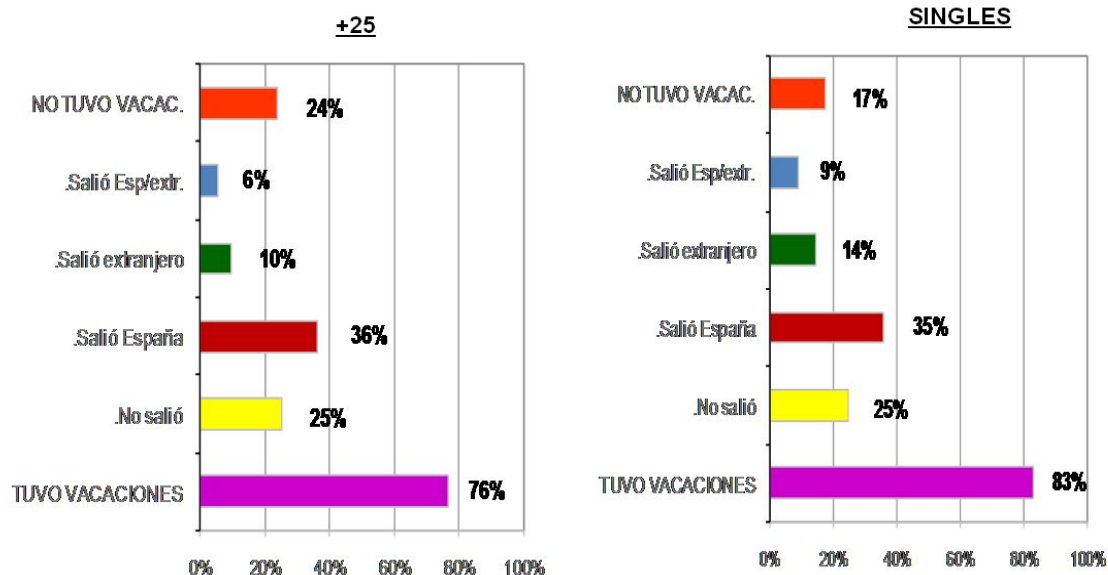
FUENTE IND+25 2008: EGM 1er. Año móvil 2008 Cuantificación: 32.901.000

FUENTE: EGM 3er. Año móvil 2008 Cuantificación: 2.166.000

- Gráfico 76. Comparación Ind.> 25-Singles 2008. Estilo de vida. Desplazamientos en vacaciones. Pag. 157

Estilo de vida Ind. > 25 - Singles 2008

DESPLAZAMIENTOS EN VACACIONES DEL ÚLTIMO AÑO



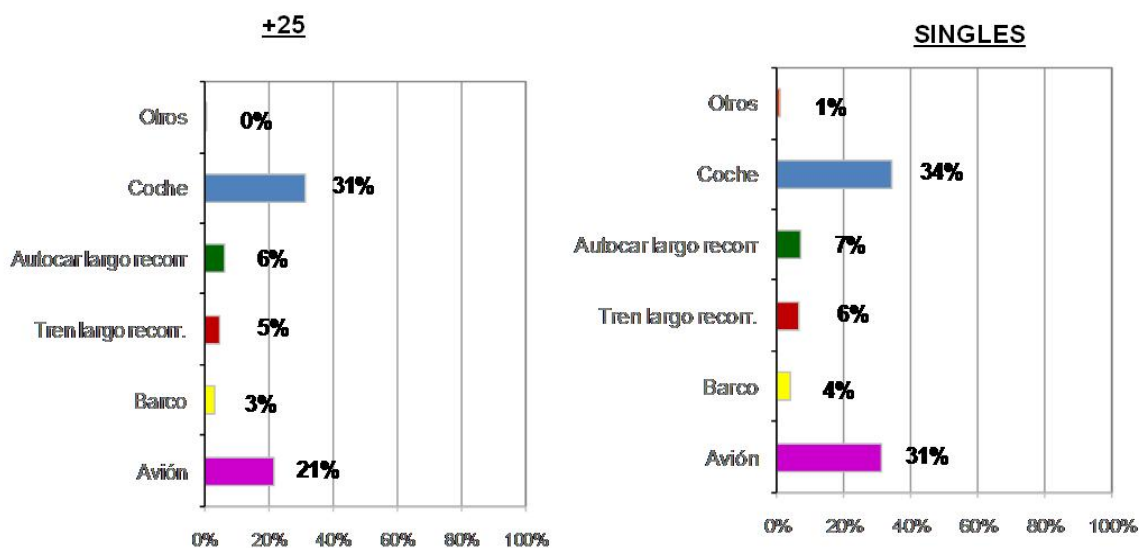
FUENTE IND+25 2008: EGM 1er. Año móvil 2008 Cuantificación: 32.901.000

FUENTE: EGM 3er. Año móvil 2008 Cuantificación: 2.166.000

- Gráfico 77. Comparación Ind.> 25-Singles 2008. Estilo de vida. Medios de transporte. Pag. 158

Estilo de vida Ind. > 25 - Singles 2008

MEDIOS DE TRANSPORTE EN VIAJES LARGOS USADOS EN EL ÚLTIMO AÑO



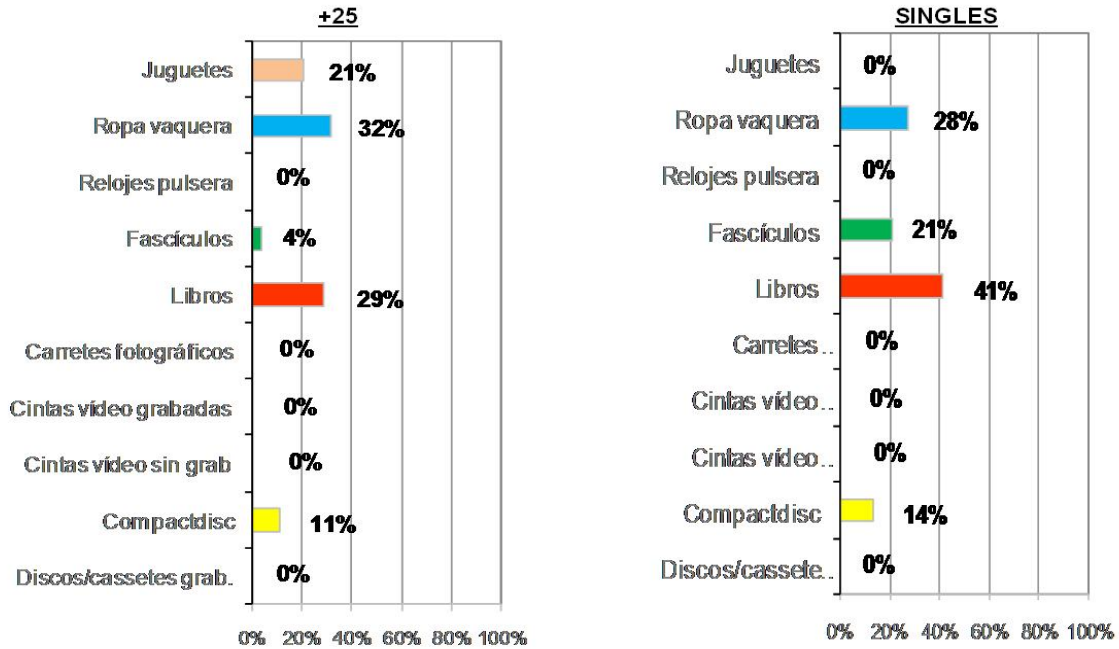
FUENTE IND+25 2008: EGM 1er. Año móvil 2008 Cuantificación: 32.901.000

FUENTE: EGM 3er. Año móvil 2008 Cuantificación: 2.166.000

- Gráfico 78. Comparación Ind.> 25-Singles 2008. Estilo de vida. Compras. Pag. 159

Estilo de vida Ind. > 25 Singles 2008

COMPRA ÚLT 3 MESES



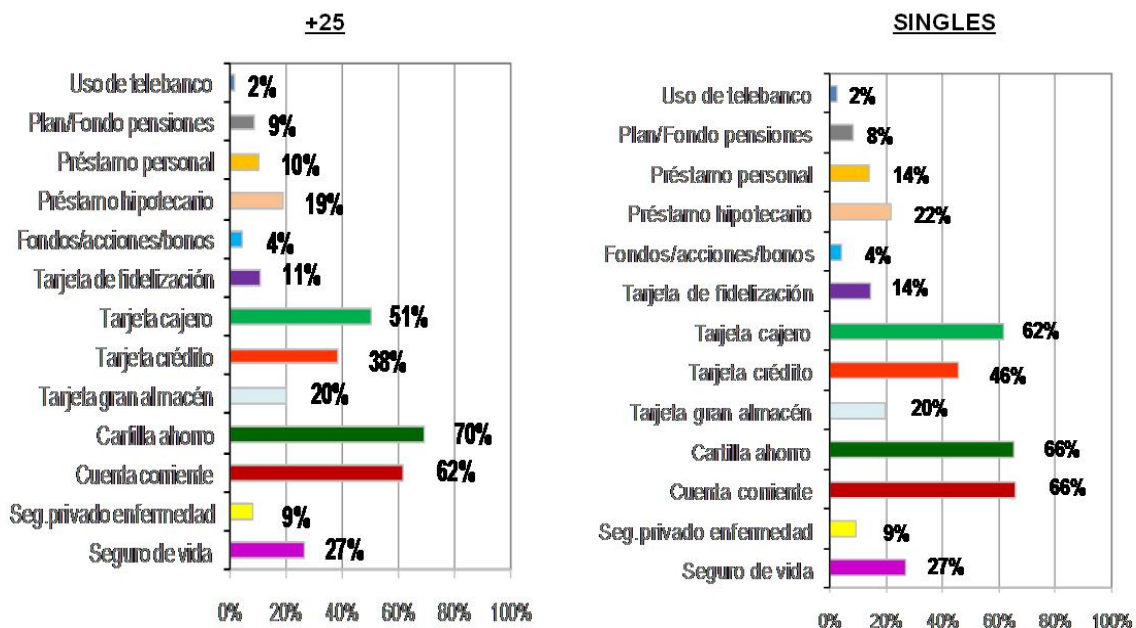
FUENTE IND+25 2008: EGM 1er. Año móvil 2008 Cuantificación: 32.901.000

FUENTE: EGM 3er. Año móvil 2008 Cuantificación: 2.166.000

- Gráfico 79. Comparación Ind.> 25-Singles 2008. Estilo de vida. Posesión bienes. Pag. 160

Estilo de vida Ind. > 25 Singles 2008

POSESIÓN PERSONAL DE LOS SIGUIENTES BIENES O SERVICIOS



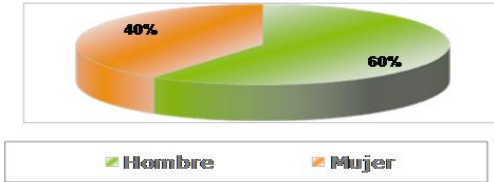
FUENTE IND+25 2008: EGM 1er. Año móvil 2008 Cuantificación: 32.901.000

FUENTE: EGM 3er. Año móvil 2008 Cuantificación: 2.166.000

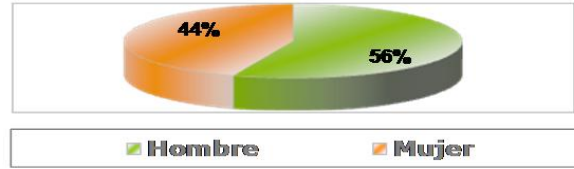
• Gráfico 80. Comparación Singles 2000-2008. Sexo-Edad. Pag. 161

Comparación Singles 2000 - 2008

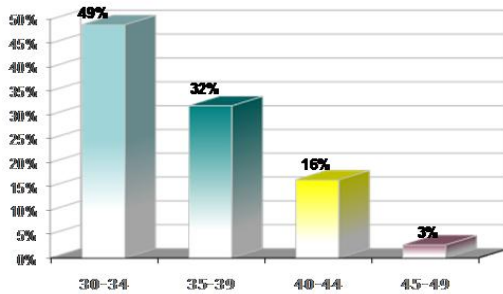
SEXO SINGLES 2000



SEXO SINGLES 2008

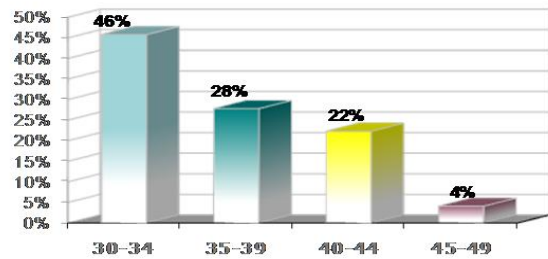


EDAD SINGLES 2000



FUENTE: EGM 3er. Año móvil 2000 Cuantificación: 1.562.000

EDAD SINGLES 2008

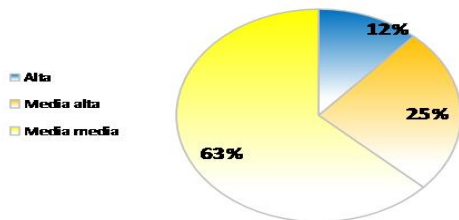


FUENTE: EGM 3er. Año móvil 2008 Cuantificación: 2.166.000

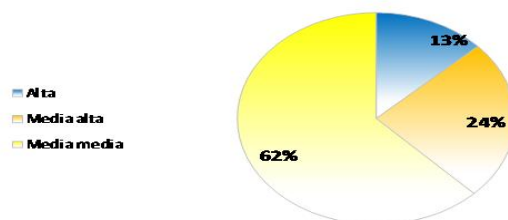
• Gráfico 81. Comparación Singles 2000-2008. Clase social-Habitat. Pag. 162

Comparación Singles 2000 - 2008

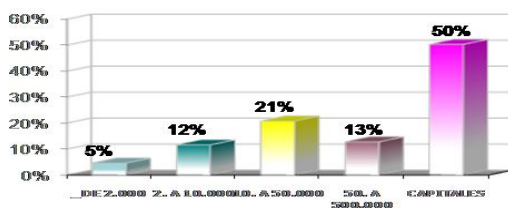
CLASE SOCIAL SINGLES 2000



CLASE SOCIAL SINGLES 2008

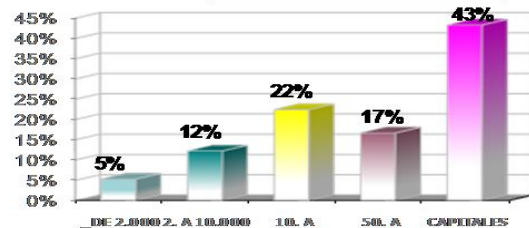


HABITAT SINGLES 2000



FUENTE: EGM 3er. Año móvil 2000 Cuantificación: 1.562.000

HABITAT SINGLES 2008

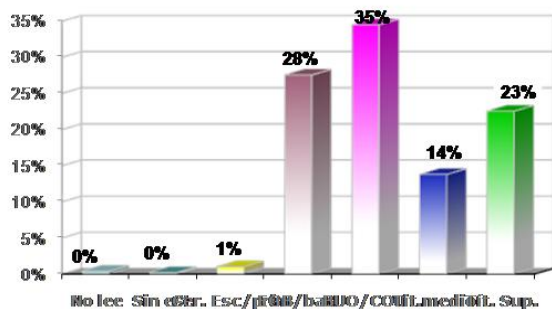


FUENTE: EGM 3er. Año móvil 2008 Cuantificación: 2.166.000

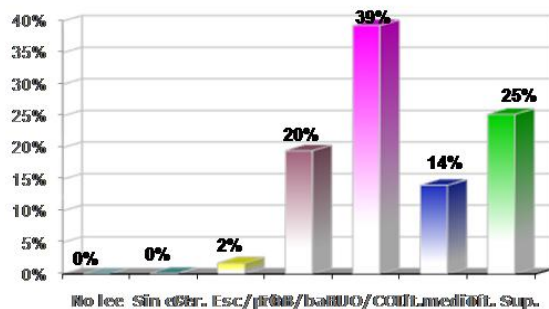
- Gráfico 82. Comparación Singles 2000-2008. Nivel de instrucción-Estado civil. Pag. 163

Comparación Singles 2000 - 2008

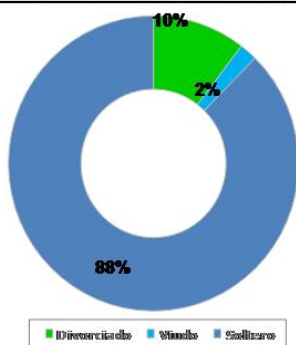
NIVEL DE INSTRUCCIÓN SINGLES 2000



NIVEL DE INSTRUCCIÓN SINGLES 2008

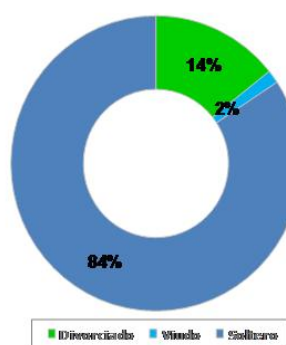


ESTADO CIVIL SINGLES SINGLES 2000



FUENTE: EGM 3er. Año móvil 2000 Cuantificación: 1.562.000

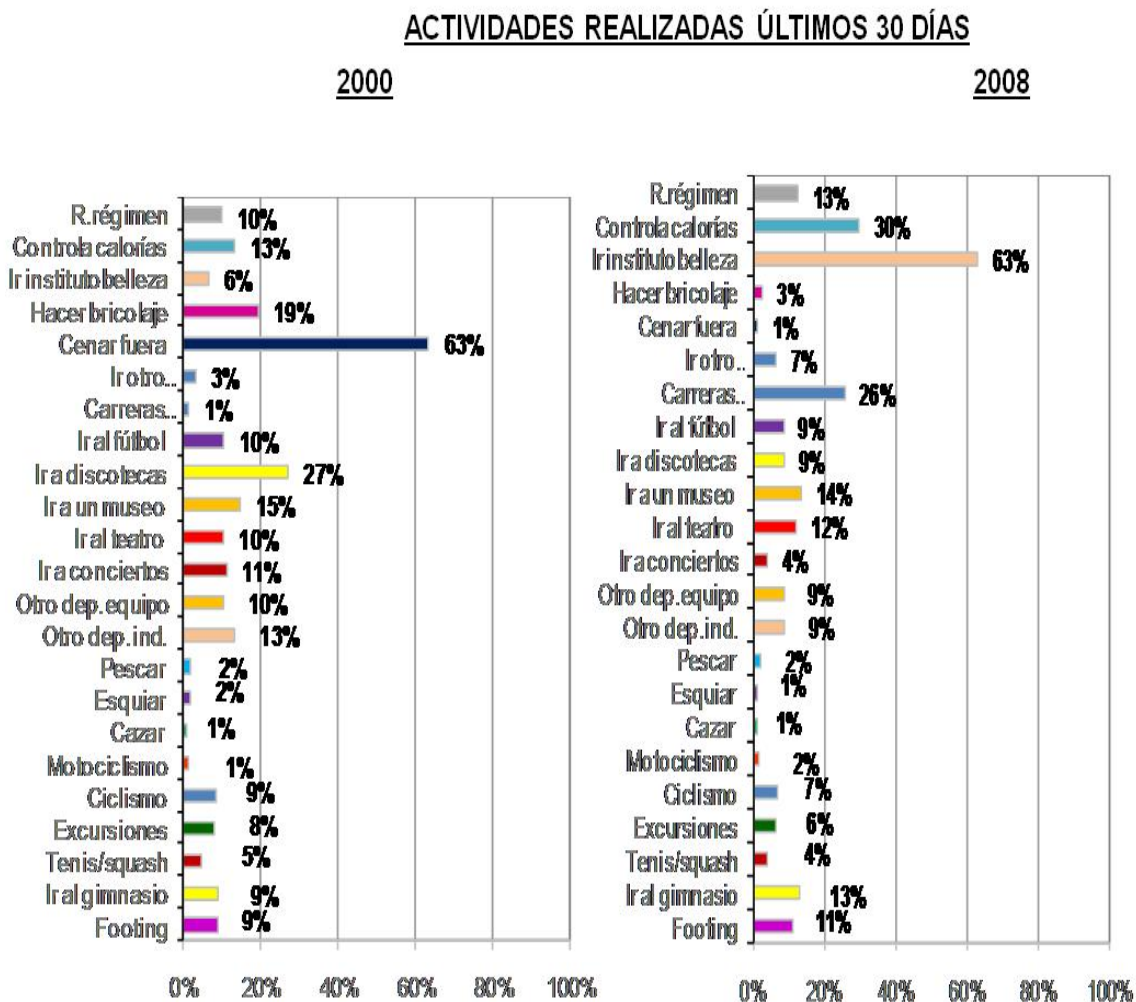
ESTADO CIVIL SINGLES SINGLES 2008



FUENTE: EGM 3er. Año móvil 2008 Cuantificación: 2.166.000

- Gráfico 83. Comparación Singles 2000-2008. Actividades realizadas. Pag. 164

Comparación Singles 2000 - 2008



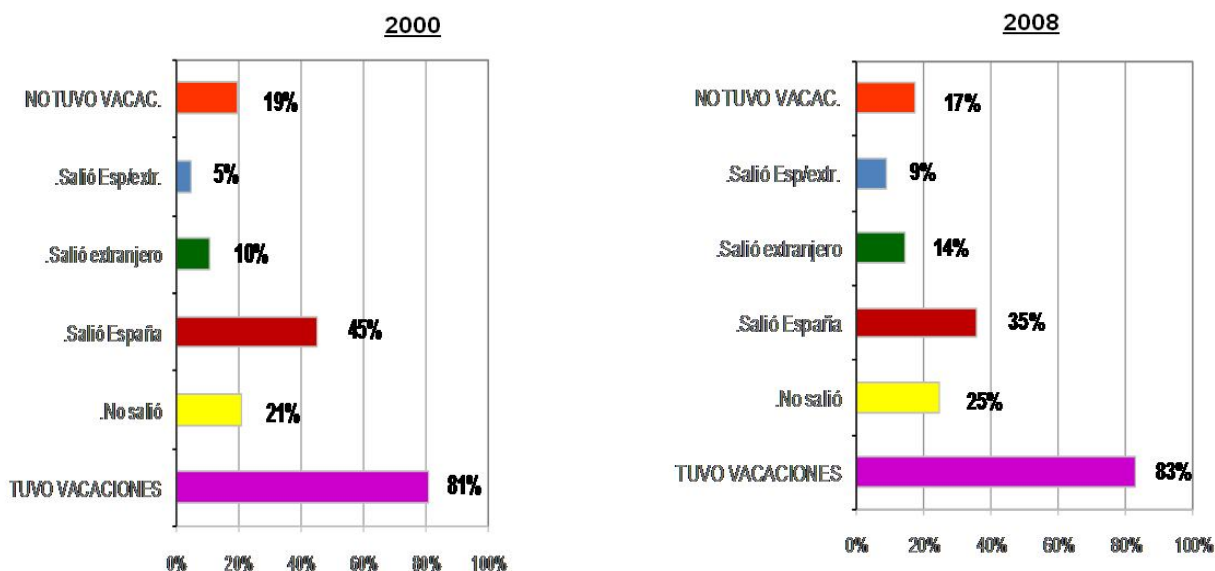
FUENTE: EGM 3er. Año móvil 2000 Cuantificación: 1.562.000

FUENTE: EGM 3er. Año móvil 2008 Cuantificación: 2.166.000

• Gráfico 84. Comparación Singles 2000-2008. Desplazamientos. Pag. 165

Comparación Singles 2000 - 2008

DESPLAZAMIENTOS EN VACACIONES DEL ÚLT. AÑO



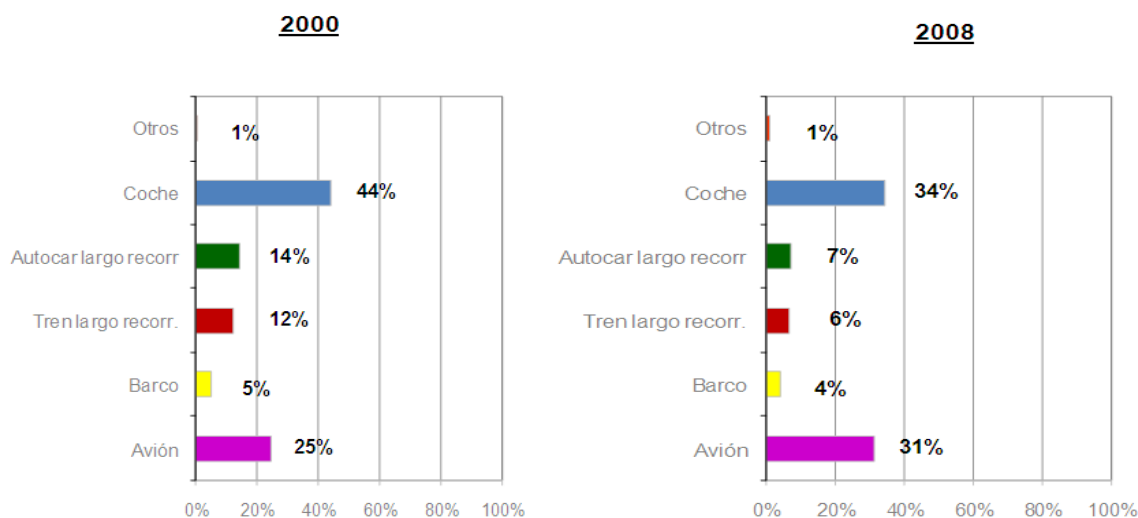
FUENTE: EGM 3er. Año móvil 2000 Cuantificación: 1.562.000

FUENTE: EGM 3er. Año móvil 2008 Cuantificación: 2.166.000

• Gráfico 85. Comparación Singles 2000-2008. Medios de transporte. Pag. 166

Comparación Singles 2000 - 2008

MEDIOS DE TRANSPORTE EN VIAJES LARGOS USADOS EN EL ÚLTIMO AÑO



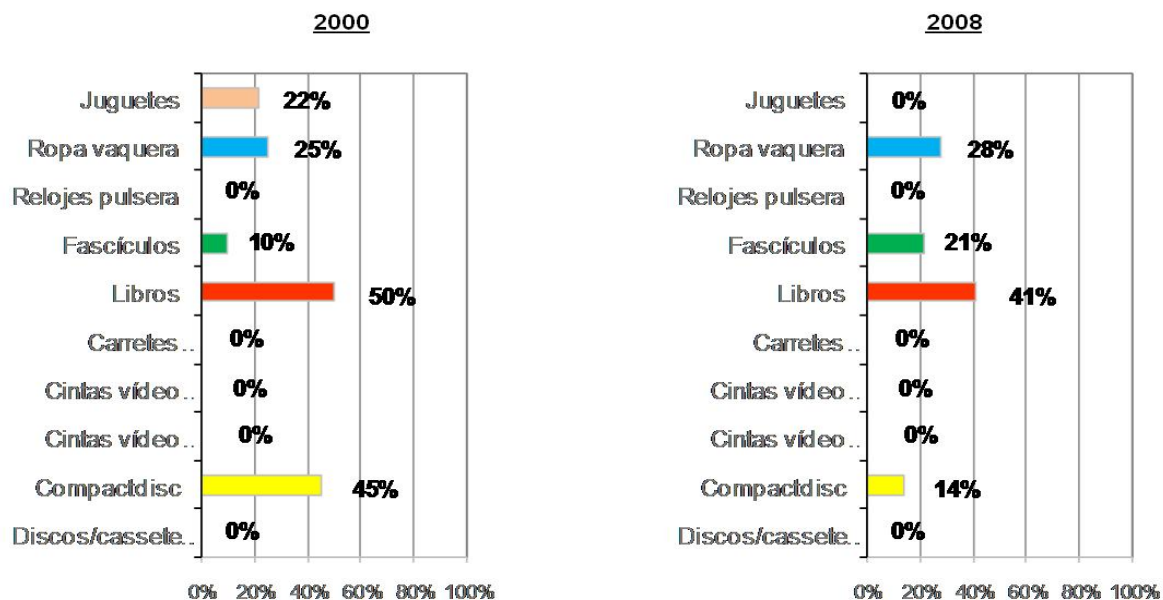
FUENTE: EGM 3er. Año móvil 2000 Cuantificación: 1.562.000

FUENTE: EGM 3er. Año móvil 2008 Cuantificación: 2.166.000

- Gráfico 86. Comparación Singles 2000-2008. Compras. Pag. 167

Comparación Singles 2000 - 2008

COMPRA ÚLT 3 MESES



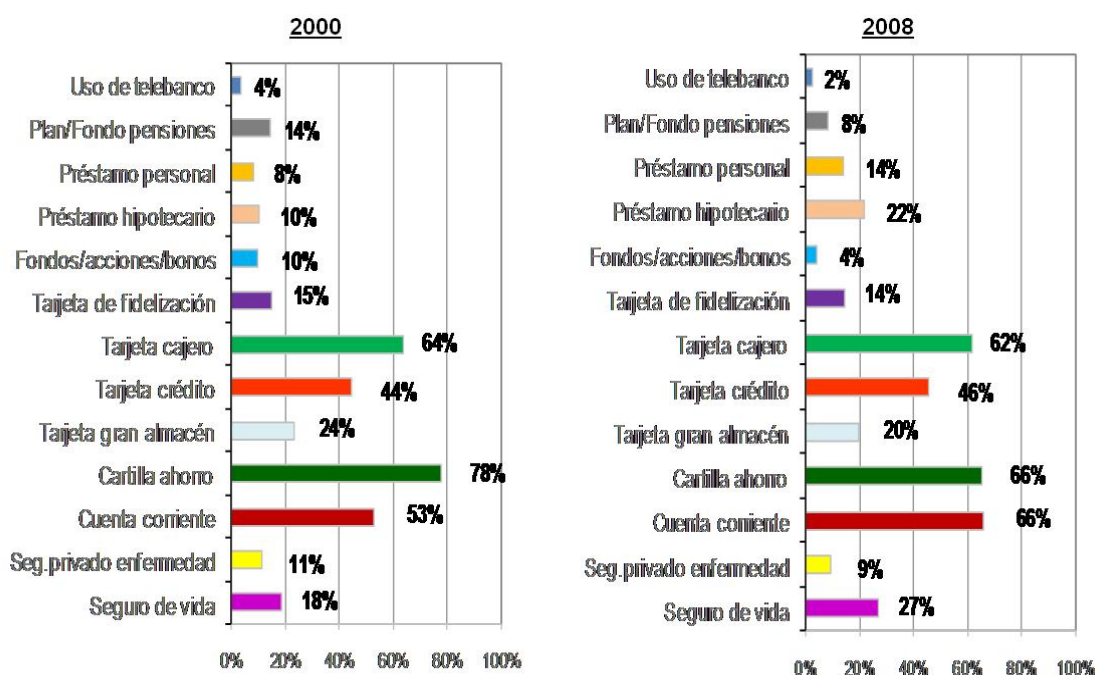
FUENTE: EGM 3er. Año móvil 2000 Cuantificación: 1.562.000

FUENTE: EGM 3er. Año móvil 2008 Cuantificación: 2.166.000

- Gráfico 87. Comparación Singles 2000-2008. Posesión bienes. Pag. 168

Comparación Singles 2000 - 2008

POSESIÓN PERSONAL DE LOS SIGUIENTES BIENES O SERVICIOS

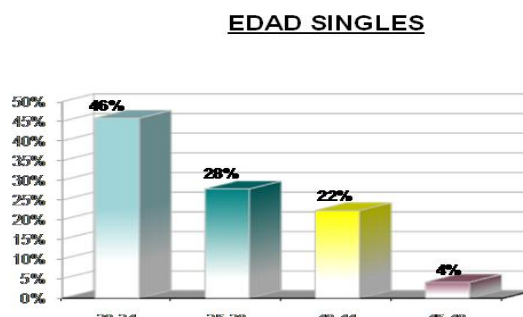
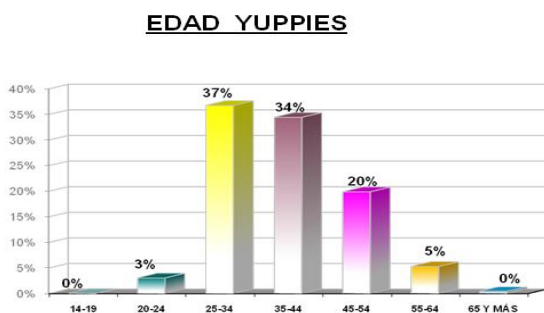
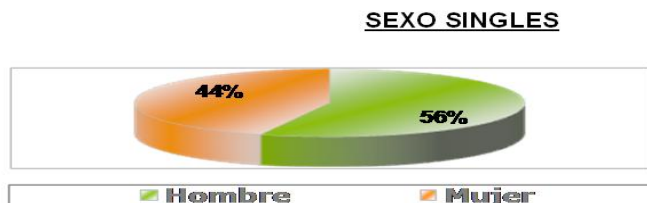


FUENTE: EGM 3er. Año móvil 2000 Cuantificación: 1.562.000

FUENTE: EGM 3er. Año móvil 2008 Cuantificación: 2.166.000

• Gráfico 88. Comparación Yuppies 1995-Singles 2008. Sexo-Edad. Pag. 173

Comparación Yuppies 1995- Singles 2008

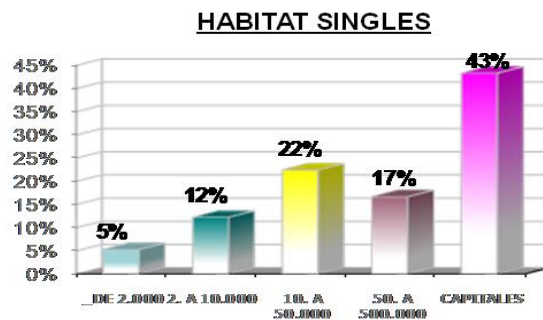
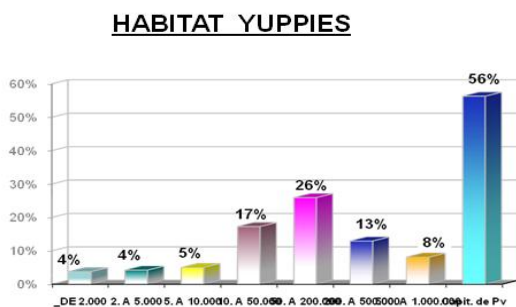
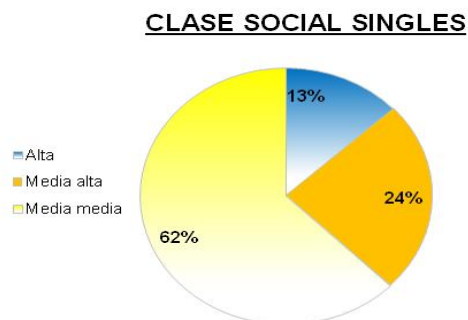
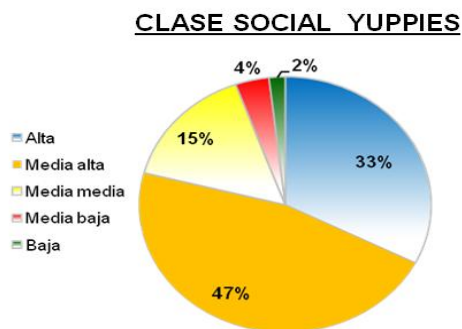


FUENTE EGM 3er. Ac. móvil 1995 Cuantificación: 1.546.000

FUENTE: EGM 3er. Año móvil 2008 Cuantificación: 2.166.000

• Gráfico 89. Comparación Yuppies 1995-Singles 2008. Clase social- Habitat. Pag. 174

Comparación Yuppies 1995- Singles 2008

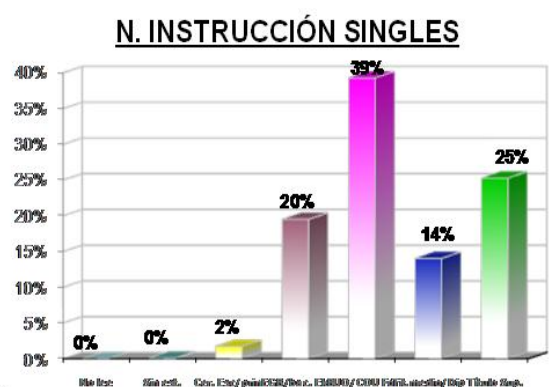
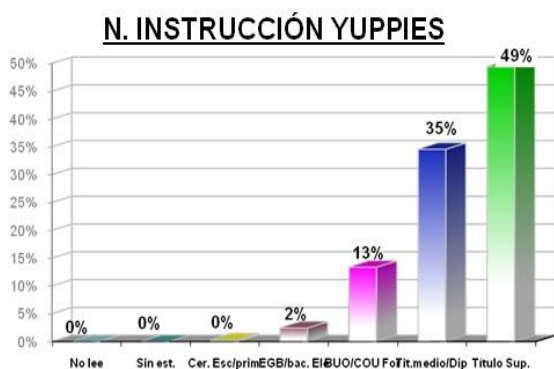
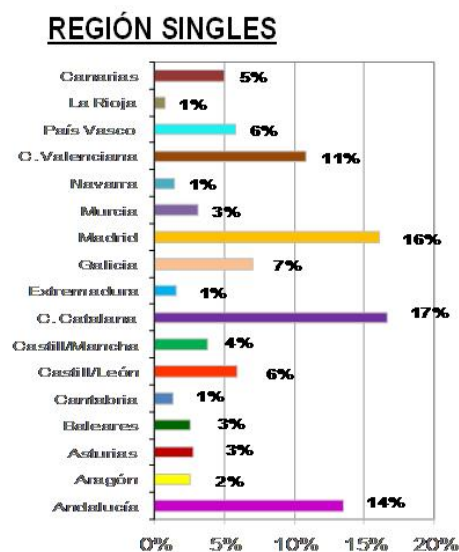
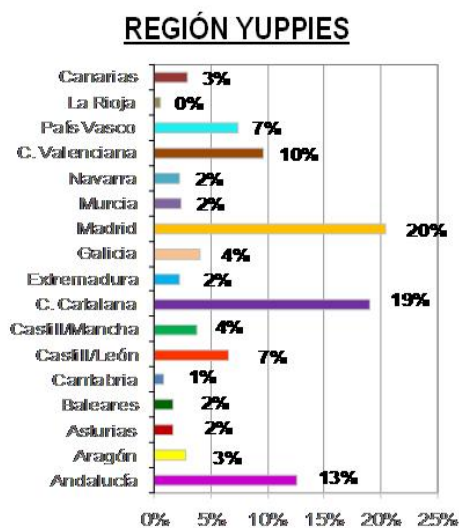


FUENTE EGM 3er. Ac. móvil 1995 Cuantificación: 1.546.000

FUENTE: EGM 3er. Año móvil 2008 Cuantificación: 2.166.000

- Gráfico 90. Comparación Yuppies 1995-Singles 2008. Región-N. Instrucción. Pag. 175

Comparación Yuppies 1995- Singles 2008



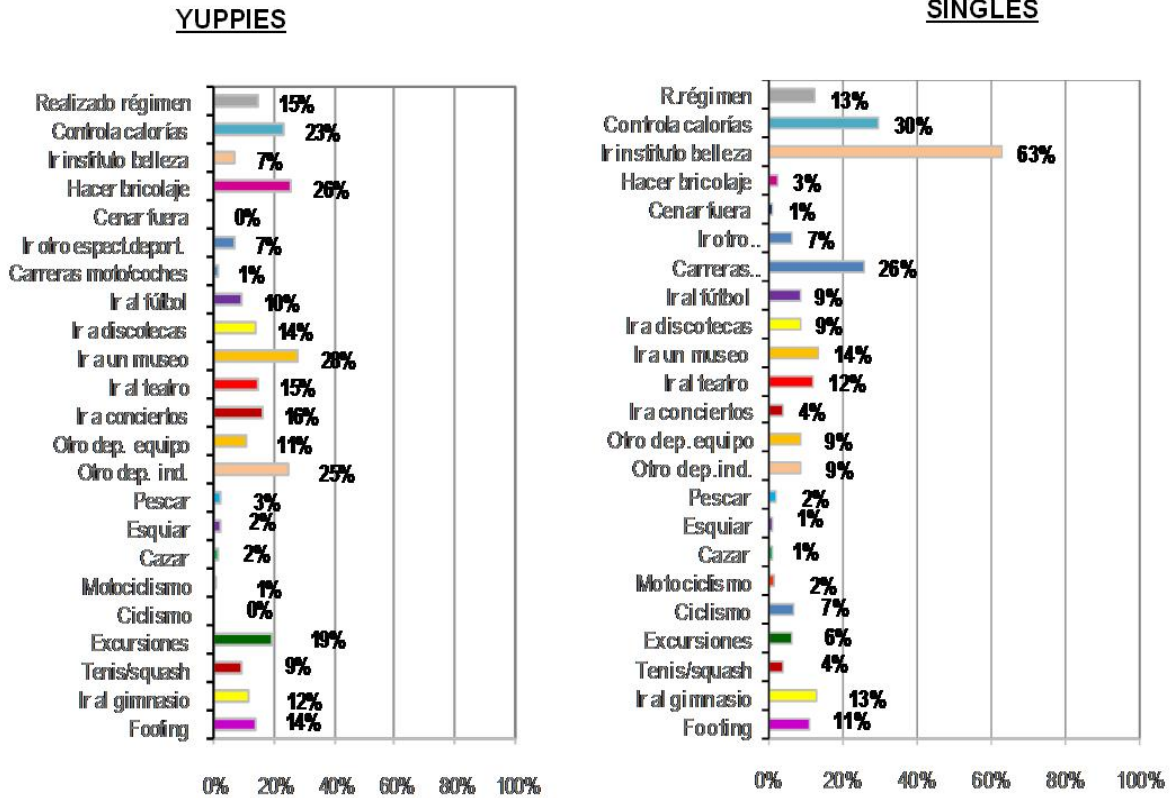
FUENTE EGM 3er. Ac. móvil 1995 Cuantificación: 1.546.000

FUENTE: EGM 3er. Año móvil 2008 Cuantificación: 2.166.000

• Gráfico 91. Comparación Yuppies 1995-Singles 2008. Actividades realizadas. Pag. 176

Estilo de vida Yuppies 1995- Singles 2008

ACTIVIDADES REALIZADAS ÚLTIMOS 30 DÍAS



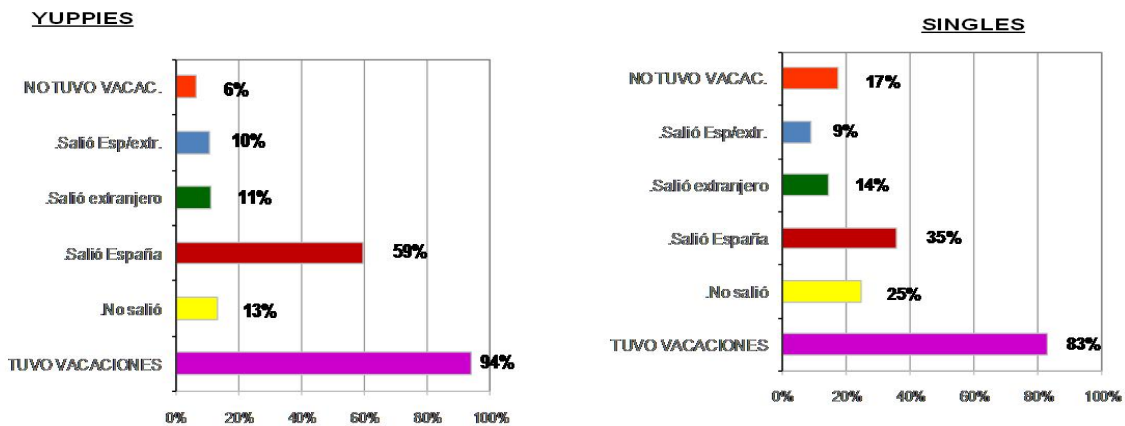
FUENTE EGM 3er. Ac. móvil 1995 Cuantificación: 1.546.000

FUENTE: EGM 3er. Año móvil 2008 Cuantificación: 2.166.000

• Gráfico 92. Comparación Yuppies 1995-Singles 2008. Desplazamientos vacaciones. Pag. 177

Estilo de vida Yuppies 1995- Singles 2008

DESPLAZAMIENTOS EN VACACIONES DEL ÚLTIMO AÑO

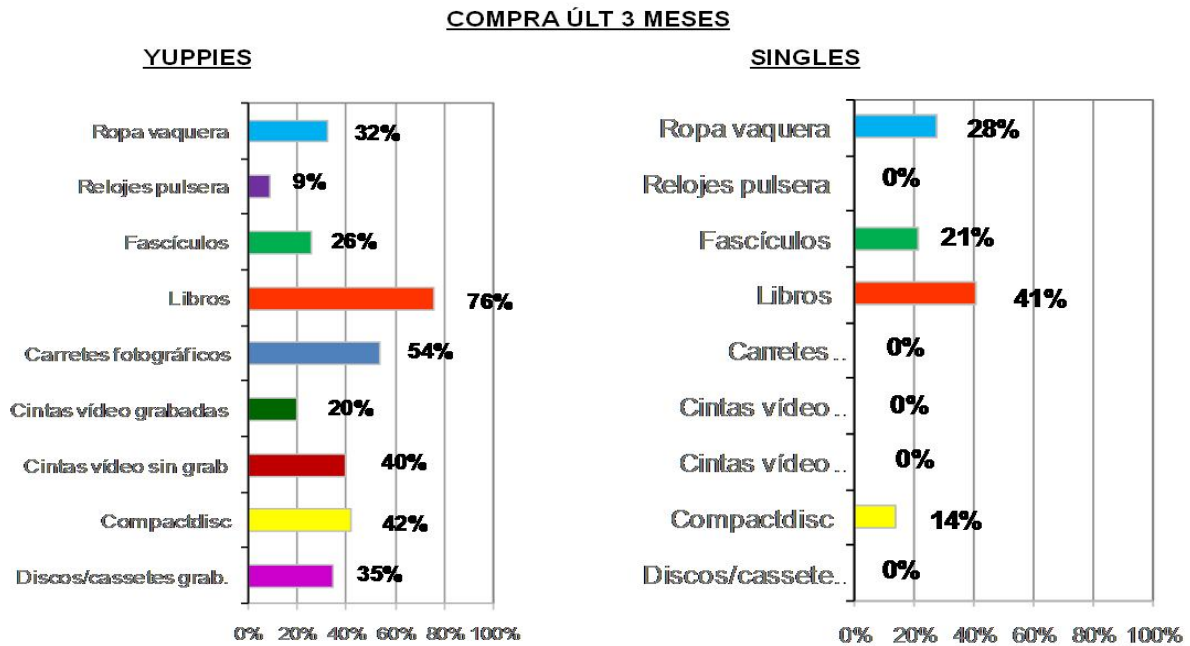


FUENTE EGM 3er. Ac. móvil 1995 Cuantificación: 1.546.000

FUENTE: EGM 3er. Año móvil 2008 Cuantificación: 2.166.000

- Gráfico 93. Comparación Yuppies 1995-Singles 2008. Compras. Pag. 178

Estilo de vida Yuppies 1995- Singles 2008



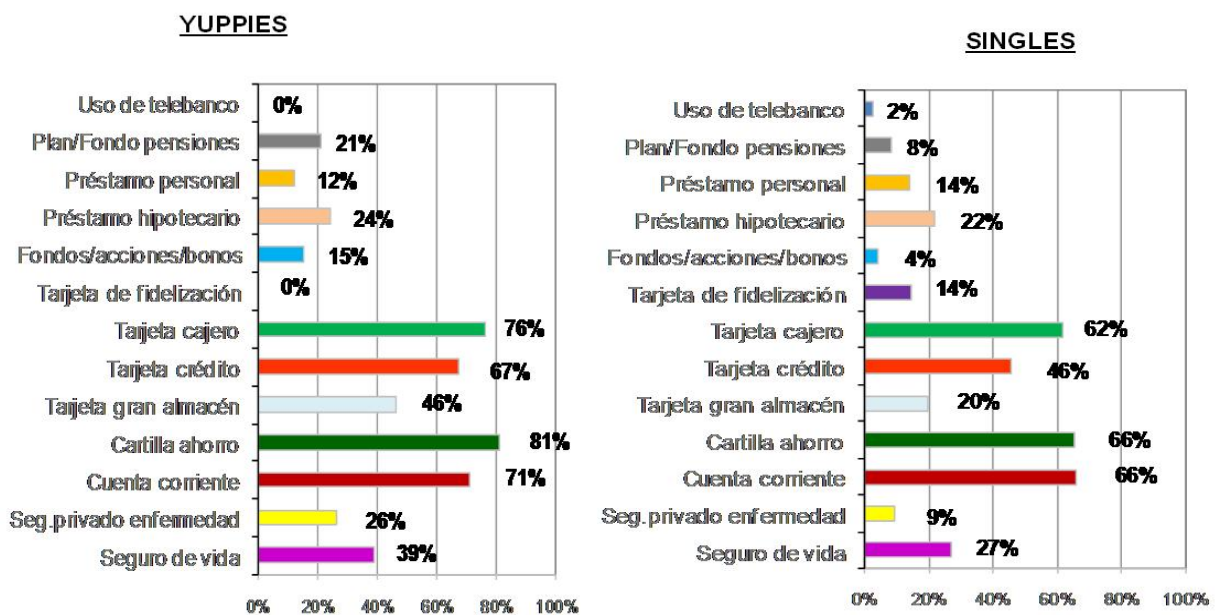
FUENTE EGM3er. Ac. móvil 1995 Cuantificación: 1.546.000

FUENTE: EGM3er. Año móvil 2008 Cuantificación: 2.166.000

- Gráfico 94. Comparación Yuppies 1995-Singles 2008. Posesión bienes. Pag. 179

Estilo de vida Yuppies 1995- Singles 2008

POSESIÓN PERSONAL DE LOS SIGUIENTES BIENES O SERVICIOS



FUENTE EGM3er. Ac. móvil 1995 Cuantificación: 1.546.000

FUENTE: EGM3er. Año móvil 2008 Cuantificación: 2.166.000

BIBLIOGRAFÍA UTILIZADA

- **Alberdi, I.** (1996): El poder de las mujeres en las instituciones públicas en Mujeres e institución universitaria en Occidente: conocimiento, investigación y roles de género. Congreso Internacional Mujeres e Institución Universitaria en Occidente, Santiago de Compostela.
- **Castells, M.** La era de la información: economía, sociedad y cultura I-II-III primera edición 1997-1998, segunda edición 2000-2003, tercera edición 2005-2006. Madrid: Alianza,
- **Castells C.** (1996): Perspectivas feministas en teoría política. Barcelona: Paidós,
- **Ciclo de Otoño de Comunicación.** (1998). El debate de la comunicación. Madrid: Fundación General de la UCM.
- **CIRES.** (1994): La realidad social de España 1992-1993, Barcelona: Fundación BBV, BBK, Caja de Madrid y Ediciones B.
- **CIRES.** (1995): La realidad social de España 1993-1994. Barcelona: Fundación BBV, BBK, Caja de Madrid y Ediciones B.
- **CIRES.** (1997): La realidad social de España 1994-1995, Barcelona: Fundación BBV, BBK, Caja de Madrid y Ediciones B.
- **CIRES.** (1997): La realidad social de España 1995-1996, Barcelona: Fundación BBV, BBK, Caja de Madrid y Ediciones B.
- **De Iglesias Ussel, J.** (1998) Familia y cambio político en España. Madrid: Tecnos.
- **De Miguel, J.** (1998): Estructura y cambio social en España, Alianza Editorial,
- **De Miguel, A.** (1992): La sociedad española 1992-1993. Madrid: Alianza.
- **De Miguel, A.** (1994): La sociedad española 1993-1994, Madrid, Alianza.
- **De Miguel, A.** (1995): La sociedad española 1994-1995, Editor. Madrid: UCM.
- **De Miguel, A.** (1997): La sociedad española 1996-97, Madrid: Alianza-UCM.
- **Del Campo Urbano, S.** (1993): Estado actual y perspectiva de la sociedad. Madrid: Fundación Independiente.
- **Del Campo Urbano, S.** (1993): Tendencias sociales en España, 1960-1990. Madrid: Fundación BBV.
- **Díaz-Salazar, R.** (1990). Transición política, factor religioso y lucha por la hegemonía. Verbo Divino.
- **Durán, M.A.** (2001), Estructura y cambio social Homenaje a Salustiano del Campo, Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.
- **Echeverría Zabalza, J.** (1999). La movilidad social en España, Ediciones Istmo,
- **Fernández Enguita, M.** (1994). "Redes económicas y desigualdades sociales", Revista Española de Investigaciones Sociológicas, 64: 41-79.

- **E.G.M** (Estudio General de Medios). Informes periódicos.
- **FOESSA** (1983): Informe sociológico sobre el cambio social en España, 1975-1983, Madrid: Fundación FOESSA.
- **FOESSA** (1994): V Informe sociológico sobre la situación social en España, 2 Vols, Madrid: Fundación FOESSA.
- **Giner, S.** (1990): España. I: Sociedad y política, Madrid: Espasa-Calpe.
- **Instituto de la Mujer, 1991.** La mujer en cifras. Ministerio de Asuntos Sociales. Madrid.

Publicaciones INE (Instituto Nacional de Estadística).

- **INE.** Boletín Mensual de Estadística (BME): Publicación de síntesis que recoge un amplio conjunto de indicadores demográficos, sociales y económicos.
- **INE.** Revista Estadística Española: Publicación cuatrimestral que incluye artículos de carácter metodológico relacionados con proyectos estadísticos, de análisis de nuevos modelos estadísticos y sus aplicaciones prácticas y sobre la historia de la estadística.
- **INE.** Anuario Estadístico de España. Colección completa desde 1858. Es una obra de información estadística general, que incluye datos procedentes de diversas fuentes, internas y externas al INE. A través de sus tablas se obtiene un reflejo cuantitativo de la realidad económica, social y demográfica española.
- **INE.** España en cifras (Desde 1999): Obra divulgativa de carácter general, que tiene como objetivo ofrecer al público no especializado una visión actualizada sobre los aspectos más relevantes demográficos, sociales y económicos de nuestro país y su entorno.
- **INE.** Indicadores sociales de España 2005 .
- **INE.** España en la UE de los 27. Junio 2008.
- **INE.** Plan de Actuación del INE para el año 2008:
- **INE.** Encuesta Anual de Servicios 2004: La obra, con un amplio volumen de información en forma de tablas y gráficos, ofrece una visión cuantitativa de la realidad de nuestro país en sectores tan variados como: comercio, turismo, transportes, tecnologías de la información y comunicación, inmobiliarias y alquileres, servicios a empresas, servicios recreativos, culturales, deportivos y servicios personales. Enero 2007.

- **INE.** Mujeres y hombres en España 2008: Mujeres y Hombres en España es una publicación realizada en colaboración con el Instituto de la Mujer. Marzo 2008.
- **INE.** Península Ibérica en números / en cifras 2007: En el marco de las Jornadas Ibéricas surgió la idea de elaborar esta publicación con el objetivo de presentar, de forma divulgativa, un conjunto de indicadores que cubran los grandes temas que caracterizan la vida de nuestras sociedades. Diciembre 2007.
- **INE.** España en la UE de los 25: Se describen 25 indicadores básicos para conocer la situación de nuestro país en la UE. Obra divulgativa compuesta de una serie de gráficos, mapas y comentarios sobre temas tan variados como población, economía, empleo, sociedad, y energía y medio ambiente, ofreciendo una perspectiva de la situación de nuestro país en el marco de la Unión Europea. Diciembre 2004.
- **INE.** Censos de Población y Viviendas 2001. España al comienzo del siglo XXI: Publicación divulgativa que recoge algunos de los datos estadísticos obtenidos del último censo. Su finalidad es dar una idea de la potencial utilidad de los datos censales. Abril 2004.
- **INE.** Tendencias demográficas durante el siglo XX en España: Marzo 2004.
- **INE.** La sociedad española tras 25 años de Constitución: Diciembre 2003.
- **INE,** (1987). Proyección de la población española para el período 1980-2010. Madrid:

Estudios BBVA.

- **BBVA, Escrivá J. L.** Presentación de Situación España, noviembre 2008.
- **BBVA,** Presentación de Situación Consumo primer semestre 2008.
- **BBVA, Escrivá J. L.** Presentación de Situación España, noviembre 2008.
- **BBVA,** Presentación de Situación Consumo primer semestre 2008.
- Navarrete Moreno, L. Jóvenes adultos y consecuencias demográficas 2001/2005 Madrid, INJUVE,
- **Bauman, Z.** (2003): Amor líquido. Acerca de la fragilidad de los vínculos. Madrid: Fondo de Cultura Económica.
- **Bourdieu, P.** (2003): Las estructuras sociales de la economía, Barcelona: Anagrama.
- **LaKoff, G. y Johnson, A** (1986): Metáforas de la vida cotidiana. Madrid: Cátedra.
- Presentación realizada por el profesor D. Luís-Angel Sanz de la Tajada en los cursos de Verano de la UCM 2008 "Publicidad 2020. Nacidos en el 2008, los jóvenes del 2020.