

Enero 2020

IX BARÓMETRO de la Familia en España



¿Cómo cree que será la situación económica de España dentro de un año?

Estructura de los hogares encuestados:

57,5 peor



Igual

Mejor

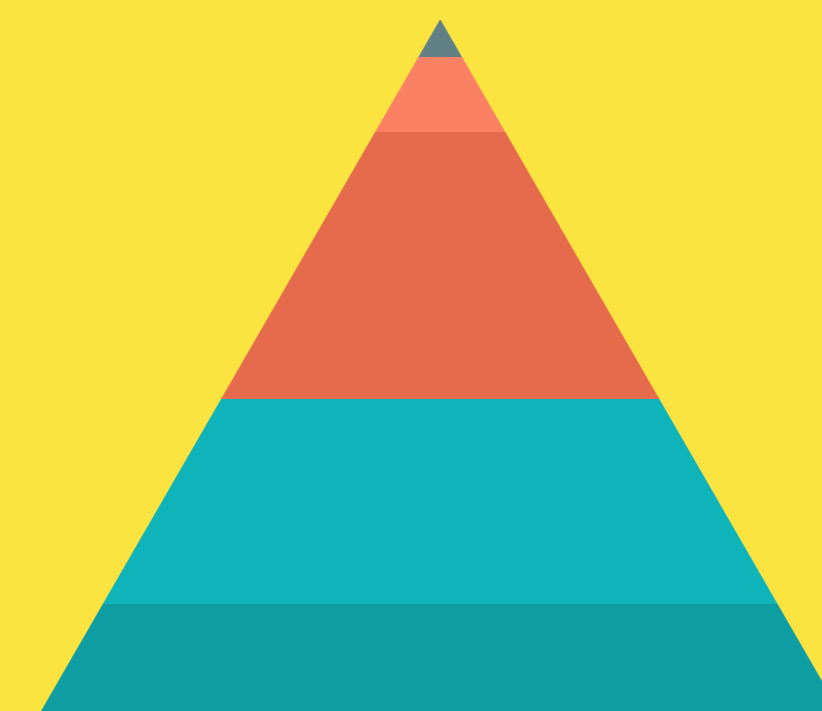
20.5



13.2



- Unipersonales (16%)
- Pareja sin hijos (29.58%)
- Pareja con hijos (38.23%)
- Padre o madre con hijos (10.87%)
- Otro (5.33%)



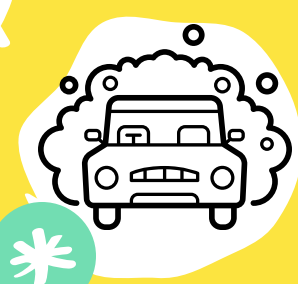
Prioridades a 5 años menores de 45 años

Qué necesitan para tener hijos los menores de 45 años

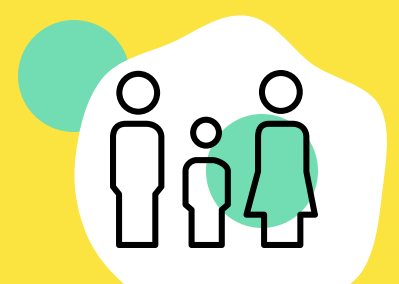
1. Prosperar profesionalmente



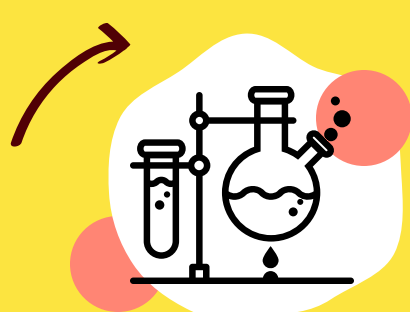
2. Viajar.



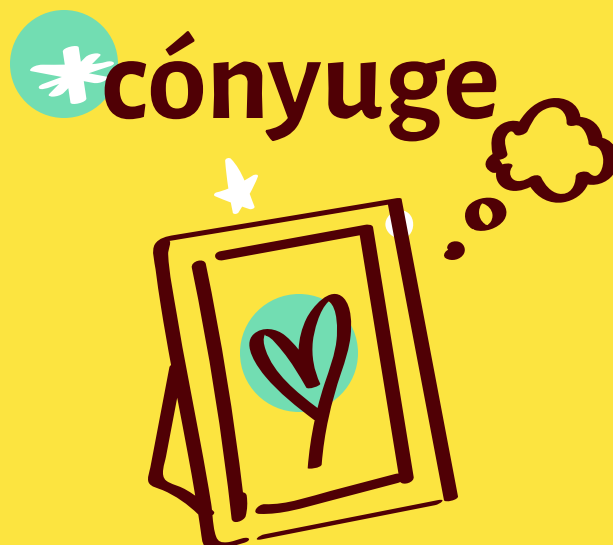
4. Formar una Familia



3. Ampliar estudios



1. Apoyo de su cónyuge



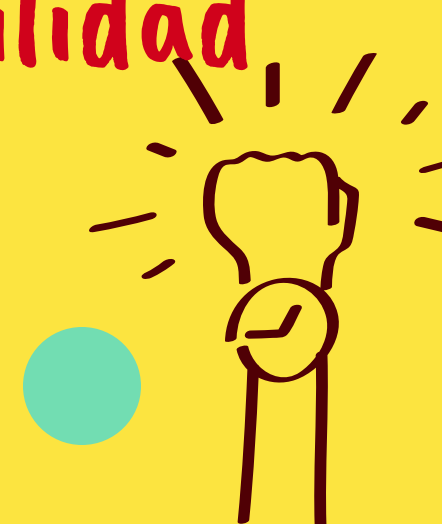
2. Estabilidad Laboral Seguridad



Corresponsabilidad

3. Conciliación

Tiempo disponible



4. Recursos económicos..

Economía



5. Apoyo administraciones.



Gobierno

Valoración social de la Familia

84% Cree que formar una familia es más difícil ahora que antes

51% Formar una familia está bien valorado

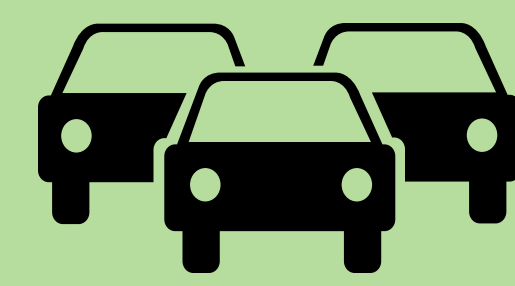
48% Se da mayor valor a la juventud que a la experiencia

34% Los mayores son una carga

SOSTENIBILIDAD



9 de cada 10 Familias reciclan



Más de la mitad piensa que el "carsharing" es una solución



8 de cada 10 educan a sus hijos en el respeto al medio ambiente



68,5% Compraría un coche "medioambiental" si existieran ayudas.

Adicción al juego y apuestas online

93%

Medidas legales que protejan a los menores de la excesiva publicidad

93%

91%

Los menores acceden con facilidad a las apuestas online

91%

88%

La publicidad fomenta la ludopatía entre los jóvenes

88%

83%

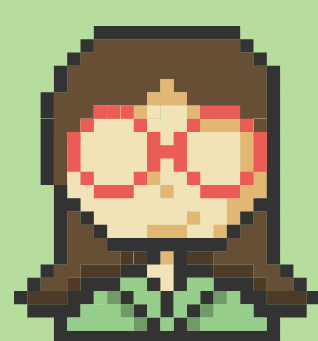
Se debe limitar la publicidad en eventos deportivos

83%

78% Tiene una opinión mala de las empresas de apuestas

79% Piensa que el juego es perjudicial para la salud

Imagen de los preadolescentes



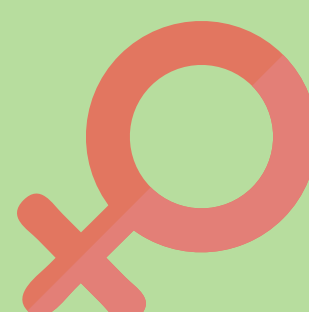
88% Cree que la publicidad muestra a las niñas mucho más mayores



85% Piensa que se muestra una imagen que no es real ni natural



84% La publicidad proyecta una imagen hipersexualizada



54% Considera que sobre exponen su imagen y el 53% asumen comportamientos de adultos