

Trabajo Fin de Grado

El matrimonio en la sociedad actual: Un análisis
desde la perspectiva de los jóvenes.

Autor/es

Inés Pastor López

Director/es

Isabel Buil Carrasco

Facultad de Economía y Empresa / Universidad de Zaragoza

2019-2020

- **Autor del Trabajo:** Inés Pastor López.
- **Director del Trabajo:** Isabel Buil.
- **Título del Trabajo:** El matrimonio en la sociedad actual: Un análisis desde la perspectiva de los jóvenes. /Marriage in nowadays society: an analysis from the perspective of young people.
- **Titulación:** Marketing e Investigación de Mercados.

RESUMEN

El matrimonio es una institución social que se mantiene a lo largo de los años a pesar de todos los cambios sufridos en la sociedad debidos a la evolución tanto de la mentalidad, como de las costumbres y de otros muchos aspectos. Es por ello por lo que este Trabajo Fin de Grado persigue comprobar cuál es la visión actual de esta institución entre los jóvenes pertenecientes a la generación Z y Millenial, no casados, planteando varios objetivos a los que se dará respuesta a través de una investigación de mercados. En concreto, el Trabajo Fin de Grado persigue conocer qué opinión tienen sobre la figura del matrimonio, las motivaciones que les llevarían a casarse o a no hacerlo, las posibles influencias de su entorno, así como los gustos y preferencias. Por otro lado, analiza la existencia de variables sociodemográficas como la edad, sexo, religión, orientación sexual o ideología política que justifiquen ciertos comportamientos o patrones. Finalmente, centrándonos en la preparación de la boda, investiga el valor que se le adjudica a los wedding planner, además de los servicios por los que solicitarían ayuda externa.

SUMMARY

Marriage is a social institution that keeps throughout the years in spite of all the changes society has suffered due to the evolution in mentality along with the different traditions and many other aspects.

As a result, the aim of this research is to analyze what is the perspective among young people who belong to generation Z and Millenial generation and are not married towards marriage, setting out some goals in the research that will be solved after the market research.

Specifically, this analysis is focused on getting conclusions and to know what their opinion is regarding the marriage figure, the motivations that would lead to get married or not, the possible influences of the environment and the preferences. Furthermore, an evaluation about socio-demographic variables like age, sex, religion, sexual orientation or political ideology will be carried out attributable to some behaviours or patterns justifications.

Lastly, focusing in the wedding preparation, I will get to know the value assigned to wedding planner, in addition to the services for which they will ask for external help.

INDICE

1. INTRODUCCIÓN.....	6
2. MARCO TEÓRICO.....	7
2.1. DATOS Y ESTADÍSTICAS.....	7
2.2. WEDDING PLANNER	12
3. METODOLOGÍA	14
3.1. POBLACIÓN DE ESTUDIO Y PLAN DE MUESTREO.	14
3.2. TIPO DE ENCUESTA.....	14
3.3. RECOGIDA DE LA INFORMACIÓN.....	15
3.4. FICHA TÉCNICA.	15
3.5. CARACTERÍSTICAS DE LA MUESTRA.....	16
3.6. ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN.....	19
4. RESULTADOS.....	19
5. CONCLUSIONES.....	36
5.1. LIMITACIONES.	38
BIBLIOGRAFÍA	39
ANEXOS.....	41
Anexo 1.....	41

ÍNDICE DE GRÁFICOS.

Gráfico 1. Número de matrimonios 2008-2018.....	9
Gráfico 2. Matrimonios 2008-2018 por forma de celebración.....	10
Gráfico 3. Evolución del matrimonio entre personas del mismo sexo, diferenciando entre géneros.....	10
Gráfico 4. Sexo de los encuestados.....	16
Gráfico 5. Edad de los encuestados.	17
Gráfico 6. Porcentaje de personas creyentes y no creyentes entre jóvenes.....	17
Gráfico 7. Orientación sexual de los jóvenes.	18
Gráfico 8. Posición política de los jóvenes.	19
Gráfico 9. Opinión general del matrimonio entre los jóvenes.....	20
Gráfico 10. Jóvenes que quieren o no quieren casarse en un futuro.....	20
Gráfico 11. Edad a la que los jóvenes les gustaría casarse.	21

Gráfico 12. Motivos por los que no quieren casarse los jóvenes.	22
Gráfico 13. Influencia del entorno en cuanto a la decisión de no querer casarse.....	22
Gráfico 14. Motivos por los que los jóvenes quieren casarse.	23
Gráfico 15. Opción de cambiar de opinión influenciado por algún factor del entorno. .	24
Gráfico 16. Institución por la que prefieren contraer matrimonio.....	24
Gráfico 17. Preparación de una fiesta posterior al compromiso.....	25
Gráfico 18. Preferencias de la boda.	25
Gráfico 19. Estación preferida para casarse.	26
Gráfico 20. Momento preferido para la celebración de la boda.	26
Gráfico 21. Tipo de vestuario preferente.	27
Gráfico 22. Opinión general del servicio wedding planner.....	28
Gráfico 23. Organización de la boda.	28
Gráfico 24. Motivos para la contratación de un/a wedding planner.....	29
Gráfico 25. Religiosidad de aquellos que no quieren casarse.	30
Gráfico 26. Orientación sexual de aquellos que no quieren casarse.....	30
Gráfico 27. Posición política de aquellos que no quieren casarse.	31
Gráfico 28. Sexo de aquellos que no quieren casarse.	31
Gráfico 29. Religiosidad de los que quieren casarse por la Iglesia.	32
Gráfico 30. Orientación sexual de los que quieren casarse por la Iglesia.....	32
Gráfico 31. Posición política de los que se quieren casar por la Iglesia.	33
Gráfico 32. Religiosidad de los que quieren casarse por lo civil.	33
Gráfico 33. Orientación sexual de los que quieren casarse por lo civil.....	34
Gráfico 34. Posición política de los que quieren casarse por lo civil.	35
 Tabla 1. Ficha técnica.	 15

1. INTRODUCCIÓN

En este Trabajo Fin de Grado voy a hacer una investigación de mercados sobre el matrimonio en la sociedad actual. En concreto, me voy a centrar en conocer la perspectiva que tienen los jóvenes mayores de edad que pertenecen a la generación millennial y Z y que todavía no están casados.

Creo que este tema es bastante interesante pues la evolución del pensamiento en la sociedad y de la legalidad de España ha cambiado en muchos aspectos. En concreto, quería centrarme en el matrimonio, pues pueden influir muchas variables relevantes como son la política, religión u orientación sexual, ámbitos que progresan notablemente conforme surgen las nuevas generaciones.

Pero no solo evoluciona el pensamiento, sino que además el estilo de vida de las generaciones también cambia, surgiendo así nuevos servicios que cubren las nuevas necesidades emergentes, en este caso, y centrado en el matrimonio, los wedding planner. En el trabajo también se analizará el valor actual que tiene para estas generaciones y la importancia dada a cada uno de los servicios ofrecidos. Además, analizaré el tipo de boda y celebración deseada por los jóvenes pudiendo saber si han cambiado conforme a las tradicionales o si siguen la moda y estilo actuales.

A continuación, se describen los objetivos que me permitirán obtener unos resultados y extraer conclusiones sobre el tema objeto de estudio.

Objetivo general: conocer la percepción de los jóvenes sobre el matrimonio.

Objetivos específicos:

1. Investigar qué opinión tiene la generación millennial y Z sobre la figura del matrimonio.
2. Analizar las motivaciones que llevan a las personas a casarse o a no hacerlo.
3. Examinar la influencia de la pareja, familia y entorno en la actitud hacia el matrimonio.
4. Investigar cómo querría casarse la gente.
5. Estudiar la influencia de las variables sociodemográficas como la edad, sexo, religión, orientación sexual, ideología política y estado civil.
6. Observar el valor que se le adjudica al servicio de wedding planner para la preparación de las bodas.

En resumen, este TFG se centra en estudiar el concepto del matrimonio en la sociedad actual, no casada, entre los jóvenes pertenecientes a la generación millennial y Z con la finalidad de conocer los comportamientos sociológicos futuros de la sociedad y servir de utilidad del sector privado y empresarial que se dedique a la organización de este tipo de eventos.

Para poder realizar el trabajo, este contará de varias partes. Inicialmente un marco teórico en el que hablaré de los datos actuales, así como su definición, los tipos de matrimonio o los motivos por los que los jóvenes no quieren casarse; además de ver diferentes estadísticas, gracias a las cuales podremos ver la evolución del número de matrimonios, la edad de los cónyuges o la variación en los matrimonios según si son heterosexuales u homosexuales. Por otro lado, dentro de este marco teórico introduciré el sector de los wedding planner y de las modas vigentes de las celebraciones. Posteriormente, realizaré un cuestionario online cuya metodología explicaré en el siguiente apartado que me permitirá recoger todos los resultados y mostrarlos en el trabajo. Finalmente, gracias a los datos acumulados y, a la información recogida, podré sacar conclusiones y dar respuesta a los objetivos planteados.

2. MARCO TEÓRICO

2.1.DATOS Y ESTADÍSTICAS

El matrimonio, según la RAE, es la “unión de un hombre y mujer” o “unión de dos personas del mismo sexo, concertada mediante ciertos ritos o formalidades legales, para establecer y mantener una comunidad de vida e intereses” (RAE, s.f.). No obstante, según el derecho canónico, “ciencia jurídica que conforma una rama dentro del derecho cuya finalidad es estudiar y desarrollar la regulación jurídica de la Iglesia católica” (Wikipedia, s.f.), el concepto de matrimonio es muy diferente. Así, en este ámbito se entiende el matrimonio como la “unión del varón y la mujer, fundada sobre el mutuo consentimiento, que tiene por fin la comunión íntima de la vida y amor y la generación de los hijos, y que, entre bautizados, es siempre sacramento” (DEJ, s.f.).

A través de las definiciones anteriores, podemos observar las diferentes opiniones o puntos de vista desde los cuales es posible abordar el concepto de matrimonio: desde una concepción mucho más conservadora en la que solo se concibe el matrimonio entre

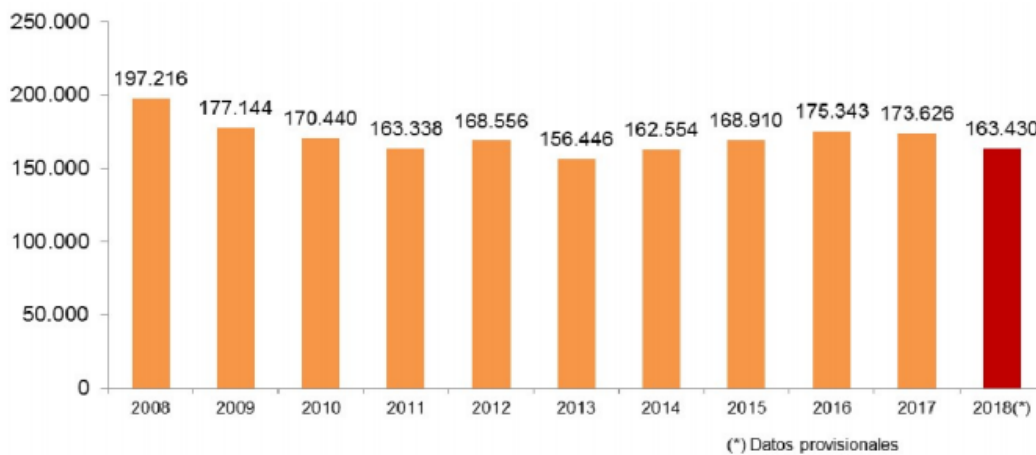
personas de distinto sexo y, además, cuya finalidad es la procreación; hasta una concepción mucho más alejada de la religión y el catolicismo que lo que refleja y representa es la unión entre personas indiferentemente del sexo y que tiene un valor mucho más centrado en derechos civiles.

En definitiva, podemos ver que existen dos tipos diferentes de matrimonio, el religioso y el civil, que se diferencian tanto en significado como en finalidad pues, el primero de ellos consiste en la unión de ambas personas representando el amor de Jesús y cuya finalidad es la procreación, mientras que el segundo es la celebración de la unión del amor entre ambos cónyuges y que tiene la finalidad del compromiso y los beneficios legales. Otra de las diferencias es la relativa al divorcio. El matrimonio católico no contempla el divorcio, ya que este matrimonio significa la unión irrompible e inseparable entre dos personas, como es la relación de la Iglesia y Jesús. La separación de este matrimonio se conoce como “anulación”, lo que supone que el vínculo anterior nunca ha sido un matrimonio como tal. Aun así, sólo en ciertos casos se podrá dar un segundo matrimonio por la Iglesia (Católicos, s.f.). Por el contrario, cuando el matrimonio se establece mediante derecho civil, sí permite el divorcio, influyendo esto también en el estado civil de las personas. Además, y al igual que el divorcio, no hay límite ni obstáculo en facilitar el matrimonio tantas veces como se desee o en los motivos que le lleven a hacerlo a única excepción de: menores no emancipados, los que ya estuvieran casados, los parientes en línea recta, los colaterales por consanguinidad hasta el tercer grado y los condenados por la muerte dolosa del cónyuge, pues no respetarían, dentro del Código civil, el Derecho de Familia (Kluwer, s.f.).

Una vez definido el concepto de matrimonio y los tipos existentes, a continuación, se muestran un conjunto de datos estadísticos para entender la evolución del matrimonio y su situación actual.

En relación con el número de bodas los datos estadísticos nos muestran que en 2018 ha habido una disminución del 5,9% con respecto al año anterior, lo que supone la disminución de 173.626 a 163.430 bodas (gráfico 1). El número de matrimonios se sitúa en 3,5 por cada 1.000 habitantes (Coinc, 2019).

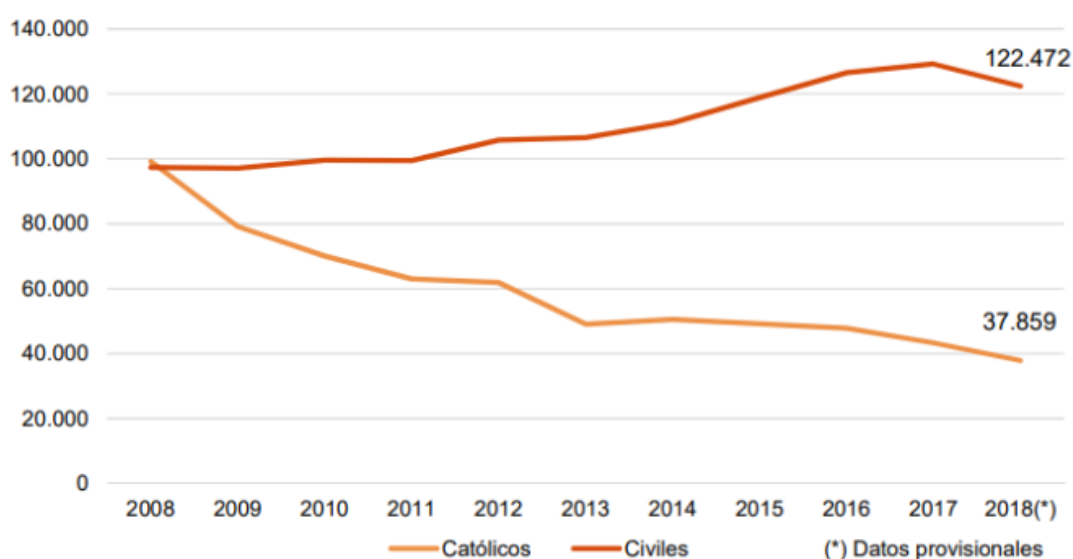
Gráfico 1. Número de matrimonios 2008-2018.



Fuente: INE

Si diferenciamos entre las bodas civiles y religiosas es evidente la caída de bodas religiosas frente a la creciente tendencia de los matrimonios civiles, de tal manera que en 2009 los matrimonios civiles empiezan a superar a los religiosos. El gráfico 2 muestra visualmente que la clara brecha entre el número de matrimonios religiosos y civiles es cada vez mayor. Tal y como señalaba Valverde (2018) en “2016 el número de bodas celebradas por la iglesia (47.771) tan solo representaron el 27% del total, mientras que 10 años antes, en 2006, eran el 55% y en 1996, el 77%. Por el contrario, el número de bodas civiles llegó hasta las 122.197 en 2016, una cifra que aumenta cada año sin excepción”. Y esta tendencia se mantiene ya que, en 2018, los matrimonios civiles siguieron creciendo hasta los 122,472 y los religiosos disminuyendo hasta los 37.859.

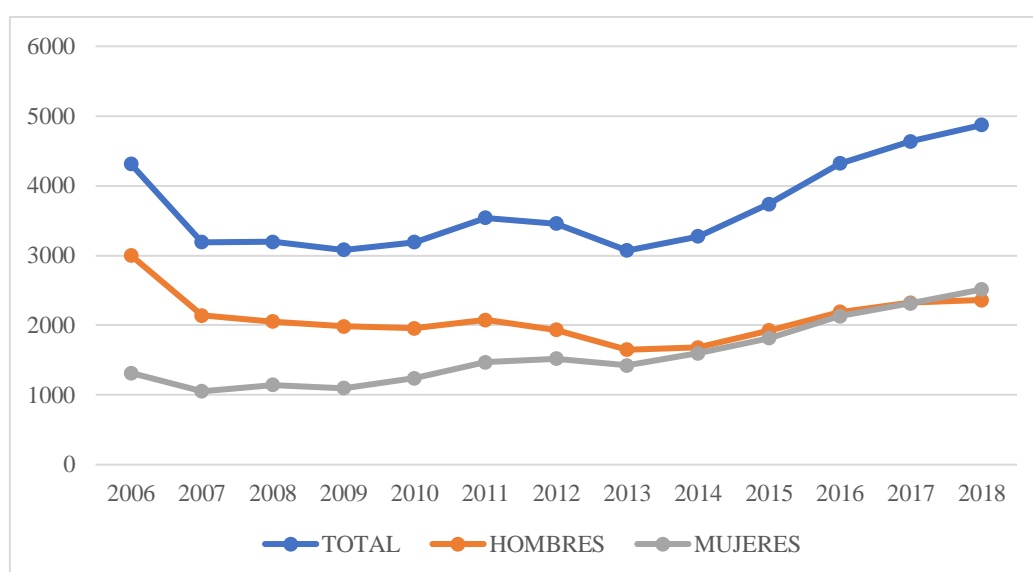
Gráfico 2. Matrimonios 2008-2018 por forma de celebración.



Fuente: INE

En el gráfico 3 se muestra la evolución de los matrimonios entre personas del mismo sexo. Hay que tener en cuenta, primer lugar, que el colectivo LGTBI+ tienen derecho a casarse desde el 1 de julio de 2005. Tras la aprobación de la ley, despuntaron los matrimonios homosexuales en comparación con los heterosexuales, únicos matrimonios legales hasta el momento. Sin embargo, con el paso del tiempo, el matrimonio en general ha ido descendiendo como hemos visto en los datos anteriores (Capote Lama, 2018).

Gráfico 3. Evolución del matrimonio entre personas del mismo sexo, diferenciando entre géneros.



Fuente: INE

En lo que respecta a la edad de los cónyuges también ha habido cambios drásticos a lo largo de los años por lo que creemos que es un aspecto relevante a estudiar y que nos puede informar de otros factores que intervienen en esta decisión. Si hacemos un análisis de la edad media en la que se casan hombres y mujeres, y la tasa de nupcialidad desde 1990 hasta 2018, podemos observar grandes cambios. En 1990, la edad media del primer matrimonio en las mujeres era de 25,6, y de 27,8 años en los hombres. En 2018, sin embargo, la edad media de los cónyuges fue de 35 años en el caso de las mujeres, y todavía mayor para los hombres que ya alcanza los 38 (CincoDías, 2019). En lo que respecta a la tasa bruta nupcial (número de matrimonios por cada 100 habitantes), observamos que en este periodo de tiempo ha disminuido de 5,64% a 3,54% (INE, 2018).

Tanto el aumento de la edad en aquellos que sí deciden casarse como los motivos por los que el matrimonio va cada vez más en descenso, pueden ser muy parecidos o los mismos. De acuerdo con algunos estudios, entre los aspectos determinantes se encuentran la vivienda y el trabajo, la emancipación, las sospechas de las instituciones, el miedo al compromiso, cuestión de mentalidad, el ejemplo del divorcio y la ruptura y el miedo (Ruíz, 2015). Por ejemplo, cada vez los jóvenes lo tienen más complicado a la hora de encontrar trabajo y una estabilidad económica pues, a pesar de tener un nivel educativo cada vez más elevado, hay menos puestos de trabajo o puestos mucho más precarios. Pero por si no fuera suficiente, cada vez la vivienda sube más sus precios dificultando su emancipación de modo muy significativo. Como señala Rosa Salvador (2020), “la dificultad de comprar se ve agravada por los altos precios de los alquileres, que impiden a los adultos jóvenes ahorrar para poder pagar la entrada y los gastos del piso que no cubren la hipotecas. Así, el estudio del Consejo de la Juventud señala que una persona joven que quisiera acceder a una vivienda en alquiler en solitario, de media debería destinar más del 90% de su salario a la renta. Así, paradójicamente, emanciparse sitúa a los jóvenes en una situación económica más precaria y con mayor riesgo de estar en situación de pobreza.”. Es motivo suficiente y bastante obvio que, ante esta situación económica, plantearse el hecho de celebrar una boda cada día es menor.

Sin embargo, la bajada de la tasa nupcial no solo se justifica en un problema económico. A ello se une el hecho de que los jóvenes ya no creen en los compromisos escritos y estos cambios sociales hacen que las parejas actuales decidan formar una familia sin verse obligados a contraer matrimonio (Sábada, 2016). Además, es importante mencionar que, a veces, ya no es cuestión de casarse o no, sino miedo al compromiso, aspecto que afecta

a diferentes niveles. Miedo al compromiso en una pareja por sentir que no se está a la altura o estar preparado, o miedo a casarte y acabar celebrando un divorcio a los años porque ya nada es para siempre, pero también miedo a comprometerse a tener una relación. Algunos jóvenes, ante el miedo de elegir a la persona incorrecta, prefieren tener un tipo de relación más fría y carnal, más corta y en la que entran en juego menos sentimientos. Es una manera de no depender de nadie ni de crear un vínculo fuerte pues priorizan otros aspectos fundamentales en su vida como sus esfuerzos en los estudios o trabajo. Además, este cambio ha sido posible gracias a las tecnologías y redes sociales, las cuales facilitan que ese contacto y posterior encuentro pueda darse (Larouci, 2016).

En conjunto, todos estos aspectos se relacionan con un cambio de estilo de vida, una nueva mentalidad y una libertad que te deja elegir, permitiendo que tu relación pueda estar formalizada y aceptada, aun sin haber celebrado una boda.

2.2. WEDDING PLANNER

Las wedding planners aparecen sobre el año 2000. En este periodo las bodas experimentan un cambio muy importante, de ser bodas estereotipadas y sin muchas opciones a elegir, se convierten en bodas mucho más personalizadas y que comportan una logística más compleja. Según BCN WEDDING PLANNERS, “hoy en día cada boda es diferente, y cada vez más la organización de las mismas implica mayor complejidad” (PLANNERS, s.f.).

Puede que haya caído el número de bodas, pero aun así hay gente que sigue haciéndolo. Al igual que han podido cambiar la mentalidad y estilo de vida de la gente, el mercado se adapta a estos cambios para satisfacer los nuevos deseos de los jóvenes y es por ello por lo que las bodas tradicionales se quedan atrás para dar paso a la novedad. “Las fincas, con un catering -basado en un coctel de bienvenida en el jardín y un plato principal, a degustar en la mesa- y música hasta altas horas de la madrugada son la combinación perfecta en la actualidad. Por el contrario, hace veinte años predominaban las bodas por la Iglesia y las comidas abundantes en algún restaurante. Si nos remontamos a los años 70 u 80, las comidas se trasladaban a casa y, en muchas ocasiones, se traducían en desayunos familiares. Nada que ver con la contratación de un 'wedding planner', la última moda para las futuras novias” (Heraldo, 2016).

Las bodas actuales están muy definidas en fecha y estilo siendo septiembre el mes nupcial por excelencia. Las tendencias para las bodas que fácilmente se pueden conseguir con la

contratación de un “wedding planner”, sin meternos en aspectos económicos, se basan en un estilo de invitación en el que predominan los sobres con interiores florales, caterings con menús compuestos de platos clásicos dándole el toque arriesgado en el picoteo, decoración vintage que crea espacios románticos con los que se busca crear diferentes sensaciones en momentos más íntimos como las firmas de los invitados, sorpresas como el clásico baile inicial (ya más modernos que clásico) y regalos para los invitados, una barra libre que se ha convertido en todo un espectáculo de luz y sonido e incluso a veces, un toque tan original como la contratación de cachimbas (Ponce, 2019).

Para facilitar la organización de este tipo de bodas, a pesar de este nuevo estilo de vida tan ajetreado, aparecen las wedding planner. Una wedding planner acompaña durante todo el proceso y gestión de la organización hasta el mismo día de la celebración, ayudando a encontrar aquello que se busca, ahorrando tiempo, dinero y esfuerzo y solucionando todos los problemas que pudiesen surgir. Este servicio no solo permite encontrar a una persona que sepa escuchar para saber exactamente que se desea, sino que también aporta comunicación, experiencia y una gran tranquilidad al saber que todo está bajo control (OhemeBodas, s.f.).

Algunas de las tareas más valoradas y por la cual se le da tanta importancia a este trabajo es que se adaptan y guían de la manera más adecuada para cada cliente. Se encargan de que toda la organización se ajuste al presupuesto pactado desde un inicio, incluso ahorrando dinero, pues gracias a un asesoramiento experimentado y a sus proveedores de confianza aconsejan aquello que se adecúa a los gustos y necesidades eliminando la incertidumbre y preocupación de estar pagando más por algo que no merece la pena. Además, acompañan en cada una de las decisiones para poder aportar iniciativa a la hora de elegir entre tanta novedad e incertidumbre, o las toman ellos por los contrayentes si es lo que necesitan si están organizando una boda a distancia.

Las wedding planner se encargan también de toda la organización, papeleo y gestiones de última hora, solucionando también todos los imprevistos que puedan surgir ya que saben a la perfección como tiene que transcurrir toda la ceremonia y celebración. Están pendientes de todos los detalles para que todo salga a la perfección tal y como se consensua con los novios de principio a fin.

Gracias a la experiencia que tienen y a su formación también pueden dar ideas creativas para la decoración, el diseño de las invitaciones o incluso del regalo a los invitados,

conocen las tendencias y estilos del momento y saben adaptarlas a los gustos de cada persona.

En conclusión, a pesar de que cada vez la sociedad cree menos en vínculos legales, y lo hacen más mayores, la preocupación por la celebración es mayor y es por ello por lo que existe la necesidad de que esto sea perfecto.

3. METODOLOGÍA

En este apartado se recogen los aspectos más importantes de la metodología llevada a cabo para la realización del trabajo de investigación de mercados. En concreto, se hablará de la población objeto de estudio, el plan de muestreo, el tipo de encuesta, el proceso de recogida de información, así como las características principales de la muestra y las técnicas utilizadas en el análisis de la información.

3.1. POBLACIÓN DE ESTUDIO Y PLAN DE MUESTREO.

La población objeto de estudio está formada por individuos mayores de edad, pertenecientes a la generación Z o millennial, en concreto, personas de entre 18 y 36 años, no casados.

El tipo de muestreo llevado a cabo es un muestreo no probabilístico por conveniencia. La probabilidad de selección de cada unidad muestral es desconocida, aspecto que se verá reflejado en los resultados conseguidos ya que podremos observar que no son altamente representativos, no pudiendo así extrapolar los resultados de la muestra, es decir, que las estimaciones obtenidas no podrán generalizarse estadísticamente. No obstante, este método tiene aspectos positivos ya que te permite seleccionar a los miembros de la población más accesibles, su difusión es mucho más rápida, sencilla y de menor coste.

3.2. TIPO DE ENCUESTA

El tipo de encuesta utilizada para la recogida de datos ha sido una encuesta autoadministrada en página web. Este tipo de encuestas se caracterizan por poder prescindir del encuestador, aspecto muy importante cuando realizas preguntas de temas delicados, controvertidos o incluso tabúes como puede ser la ideología política del individuo, la religión o su orientación sexual, pues le permite al encuestado sentir más privacidad y anonimato ante sus respuestas.

No obstante, también presenta dos contras muy evidentes como que el sujeto deje la encuesta sin terminar o que no entienda bien las preguntas. Para intentar evitar este tipo de inconvenientes ha sido necesario explicar detalladamente las preguntas que lo precisaban, además de señalar cada una de ellas como obligatoria.

Para su difusión ha bastado con la utilización de redes sociales, en concreto, WhatsApp. El cuestionario (Ver anexo 1) se conforma de 24 preguntas agrupadas en diferentes secciones para su adecuada realización dependiendo de la información aportada y con el fin de conseguir resultados para cada uno de los objetivos fijados inicialmente.

En cuanto a los tipos de preguntas, existe una gran variedad utilizada, desde preguntas cerradas de respuesta única, preguntas cerradas de respuesta múltiple, escalas Likert o de diferencial semántico.

Al final del cuestionario se incluyen varias preguntas de clasificación: religión, orientación sexual, posición política y género. Todas ellas nos ayudarán a valorar si estos aspectos personales son trascendentes en cuanto a la percepción del matrimonio o si, por el contrario, nada tienen que ver.

3.3. RECOGIDA DE LA INFORMACIÓN.

El proceso de recogida de información ha durado 17 días, en concreto del 30 de abril al 16 de mayo de 2020, a través de Google forms. Su difusión fue posible gracias a la aplicación de WhatsApp, mediante la cual se enviaba el link con un mensaje que especificaba que su realización era de gran ayuda para el posterior desarrollo del TFG. También se solicitaba su posible difusión a otros conocidos para aumentar el número de respuestas.

Finalmente, de las 307 respuestas recogidas en su totalidad, realizaremos el estudio de 306 útiles, pues hubo un encuestado que sí estaba casado.

3.4. FICHA TÉCNICA.

En la tabla 1 se recoge la ficha técnica de la investigación:

Tabla 1. Ficha técnica.

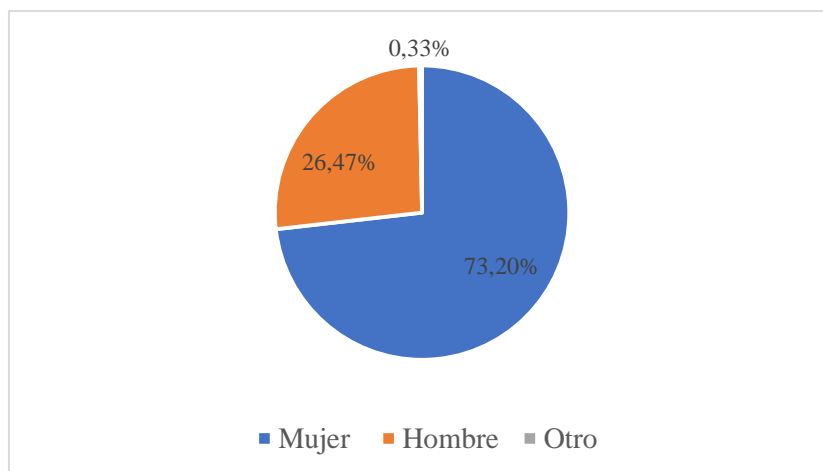
Universo	Individuos mayores de edad, no casados, pertenecientes a la generación Z o millennial, es decir, de 18 a 36 años
Ámbito	España
Tamaño muestral	306
Tipo de muestreo	Muestreo no probabilístico por conveniencia
Tipo de encuesta	Encuesta autoadministrada a través de página web
Fechas de la realización del trabajo de campo.	Del 30 de abril de 2020 hasta el 16 de mayo de 2020

3.5. CARACTERÍSTICAS DE LA MUESTRA.

Las preguntas de clasificación nos ayudan a conocer las características de la muestra, en este caso, hablaremos de su sexo, edad, de si son creyentes o no, su orientación sexual y, su posición política. De esta manera, conoceremos mejor los perfiles que han respondido a nuestra encuesta.

Para comenzar con el análisis de las características de la muestra debemos indicar que el **73,20%** de los individuos que han respondido esta encuesta han sido **mujeres**, mientras que el **26,47%** son **hombres** y un **0,33%** no se identifica con ninguno de estos dos sexos, indicando **otro**.

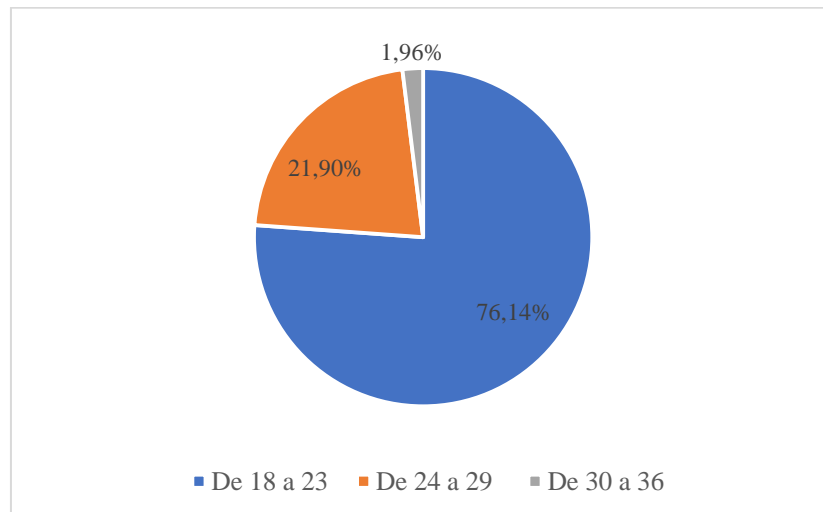
Gráfico 4. Sexo de los encuestados.



Uno de los requisitos fundamentales de esta encuesta era restringir la edad desde 18 hasta 36 años ya que sólo nos interesa saber la perspectiva de los jóvenes pertenecientes a las

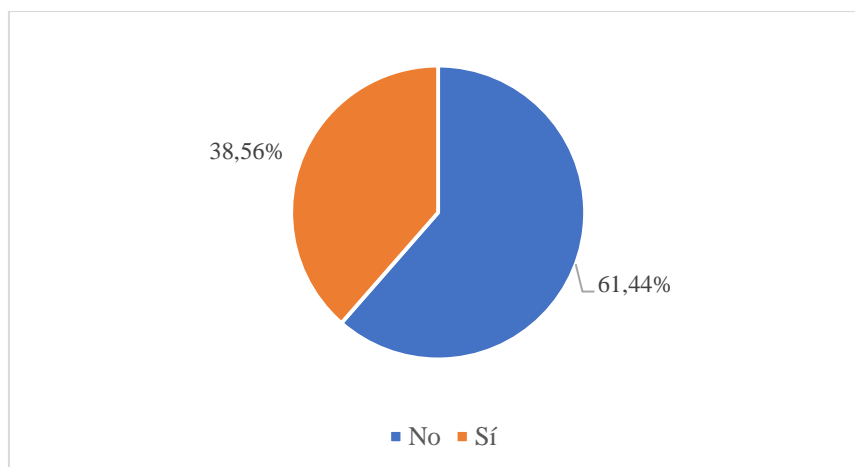
generaciones Z y millennial. En este caso, observamos que un **76,14%** de los participantes tienen una edad comprendida entre **18 y 23 años**; en menor medida, en concreto un **21,9%**, tenemos respuestas de jóvenes entre **24 y 29 años**; y finalmente, un **1,96%** corresponde a personas de **30 a 36 años**.

Gráfico 5. Edad de los encuestados.



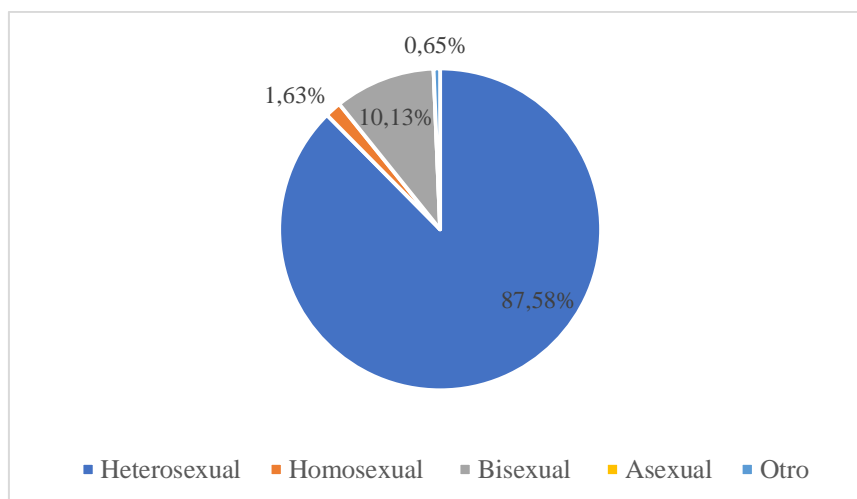
Respecto a la pregunta si eres creyente, obtenemos un **61,44%** con una respuesta negativa, indicando por lo tanto que **no son creyentes**, y un **38,56%** para quienes **sí lo son**.

Gráfico 6. Porcentaje de personas creyentes y no creyentes entre jóvenes.



Si analizamos el gráfico que nos muestra la orientación sexual de los jóvenes (Gráfico 7) de la muestra, podemos ver que, en su mayoría, en concreto, un **87,58%** son **heterosexuales**, seguidos en un **10,13%** de personas **bisexuales**. En menor medida, sólo un **1,63%** de los encuestados es **homosexual** y 1 persona representando el **0,65%** no se identifica con ninguna de estas orientaciones indicando, por lo tanto, **otro**.

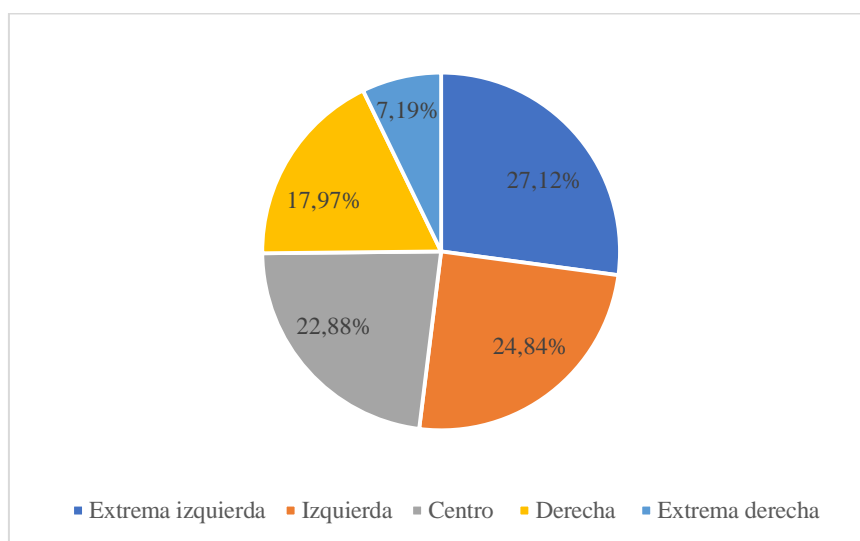
Gráfico 7. Orientación sexual de los jóvenes.



Por otro lado, si analizamos la posición política de los jóvenes (Gráfico 8) vemos que existe gran variedad. El mayor porcentaje de individuos, un **27,12%** se considera de **extrema izquierda**, seguido de un **24,84%** para aquellos individuos de **izquierdas**. Los que se sienten de **centro** representan el **22,88%** y, por último, y en menor porcentaje encontramos un **17,97%** de individuos de **derecha** y un **7,19%** de **extrema derecha**.

Como podemos observar, los datos van descendiendo a medida que nos vamos hacia la derecha, representando un total de **51,96%** los jóvenes simpatizantes de **izquierda** y un **25,16%** los de **derecha**.

Gráfico 8. Posición política de los jóvenes.



3.6. ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN.

El análisis de la información se va a realizar con Excel. Se han descargado los datos de la encuesta que proporciona Google Forms para poder crear los gráficos que nos ofrecen los datos y adaptarlos a las formas más convenientes para cada pregunta.

4. RESULTADOS

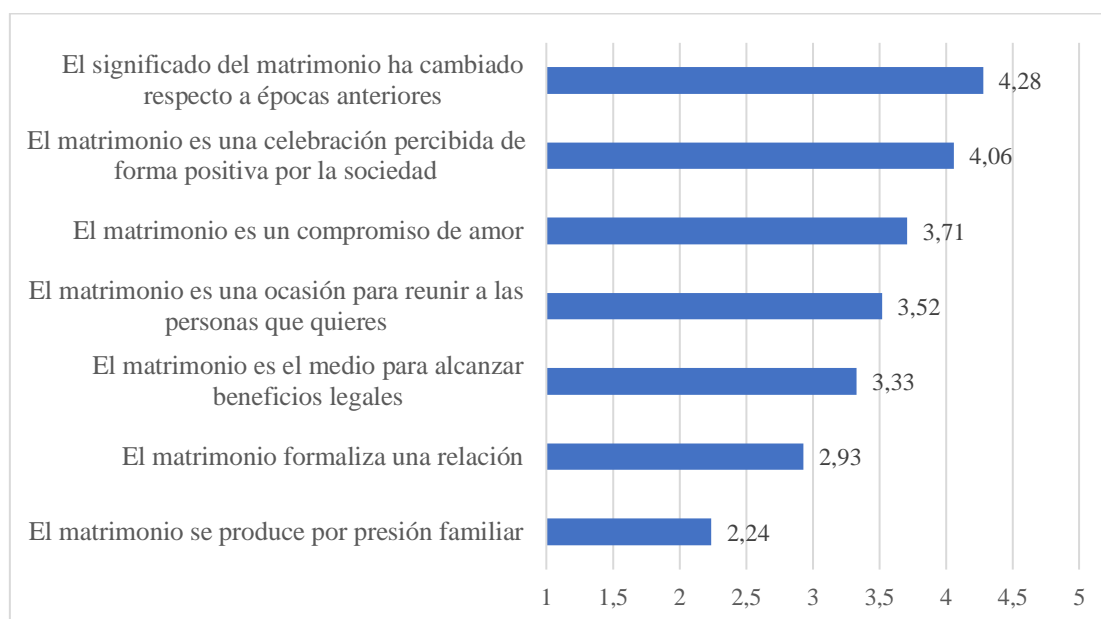
En este apartado analizaremos todas las respuestas útiles de la encuesta difundida para poder obtener resultados a los objetivos propuestos inicialmente y dar respuesta a los mismos.

- Opinión sobre el matrimonio.

Uno de los objetivos iniciales de este Trabajo de Fin de Grado es saber la opinión que tienen los jóvenes del matrimonio. Como se observa en el gráfico 9, de forma general, están más de acuerdo que en desacuerdo con la mayoría de las frases relativas al matrimonio, siendo la más destacada **“El significado del matrimonio ha cambiado respecto a épocas anteriores”**, pues tiene una puntuación cercana al extremo de la escala (5 puntos).

Por el otro lado, fijándonos en aquello en lo que **menos están de acuerdo**, destaca la frase **el matrimonio ya no se produce por presión familiar**.

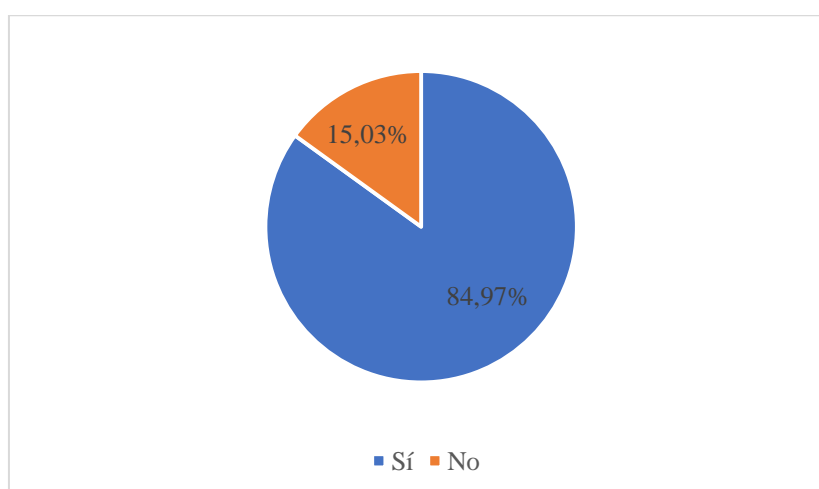
Gráfico 9. Opinión general del matrimonio entre los jóvenes.



- Análisis de las motivaciones para casarse o no hacerlo e influencia del entorno.

Una vez conocida la opinión general de la generación millennial y Z sobre la figura del matrimonio, este Trabajo Fin de Grado busca explorar las motivaciones que tienen estos individuos para casarse o, por el contrario, no hacerlo. Como muestra el gráfico 10, del total de encuestados, el **84,97%** **sí** quiere casarse en un futuro, mientras que solamente un **15,03%** dice que **no**.

Gráfico 10. Jóvenes que quieren o no quieren casarse en un futuro.

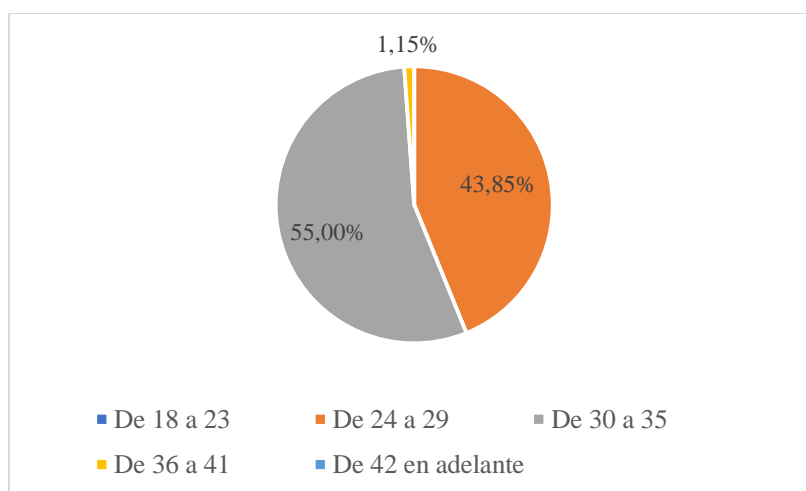


Por otro lado, les preguntamos a la edad a la que les gustaría casarse. De las cinco posibles opciones solo fueron mencionadas tres, descartando la edad más temprana y la más

longeva. Así, el **55%** de los jóvenes quiere casarse con una edad comprendida entre los **30 y 35 años**, el **43,85%** querrían hacerlo con una edad entre los **24 y 29 años**, y sólo un **1,15%** entre los **36 y 41 años**.

Estos datos recogidos gracias a nuestros encuestados pueden sorprender, pues comparando la edad media mencionada en el apartado de datos y estadísticas, la media de edad deseada para casarse es bastante menor a la real actual.

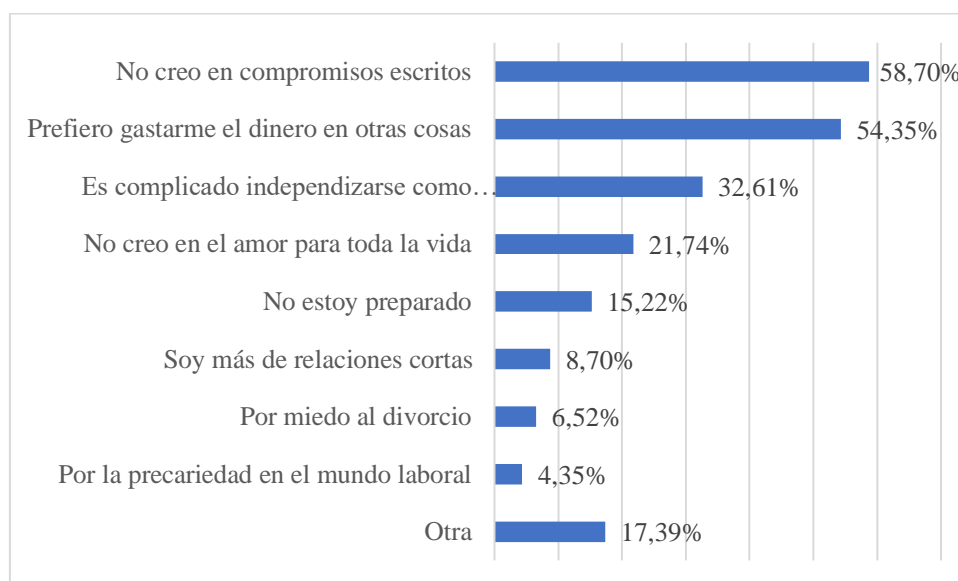
Gráfico 11. Edad a la que los jóvenes les gustaría casarse.



Entre los motivos por los que los jóvenes no quieren casarse, los **46** individuos (15,03% del total) que respondieron que **no querían casarse** señalaron los siguientes. La mayoría de estos jóvenes, no quieren casarse ya que **no creen en compromisos escritos** o **prefieren gastarse el dinero en otras cosas**. En menor medida, también creen que **es complicado independizarse como para pensar en bodas** o, directamente, **no creen en el amor para toda la vida**.

Hay encuestados que dieron **otro tipo de respuestas**, en las que la mayoría coincide en que **no cree que las bodas signifiquen nada** y que **no tienen importancia para la pareja a ningún nivel**. Sólo hubo una persona que indicó que **prefería pasar su vida solo**.

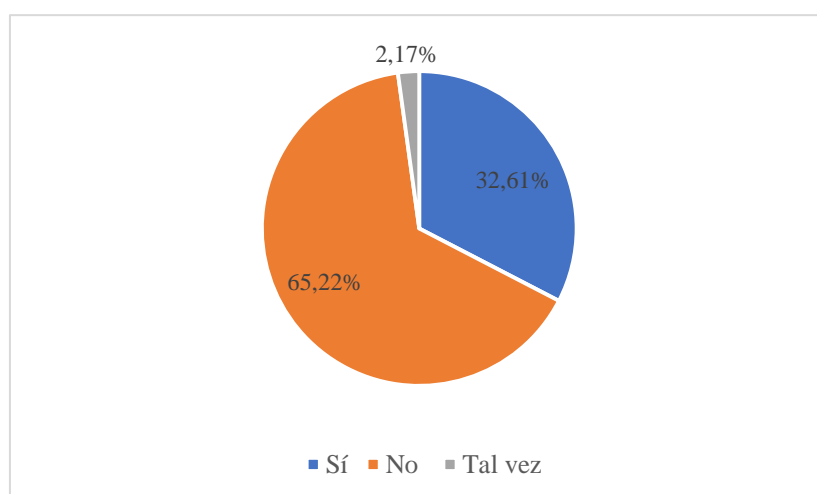
Gráfico 12. Motivos por los que no quieren casarse los jóvenes.



A pesar de que inicialmente estas personas se manifestaron contrarias al matrimonio, queríamos saber si podrían cambiar de opinión si alguien del entorno (pareja, amigos o familiares) estuviese a favor de contraerlo, es decir, si quizás serían flexible ante un cambio por alguien ajeno.

Como se observa en el gráfico 13, un **65,22%** indicó que **no** cambiaría de opinión, un **32,61%** que **tal vez** lo haría y tan solo una persona, representando un **2,17%** de estos 46 jóvenes tenía claro que **sí** cambiaría influenciado por el entorno.

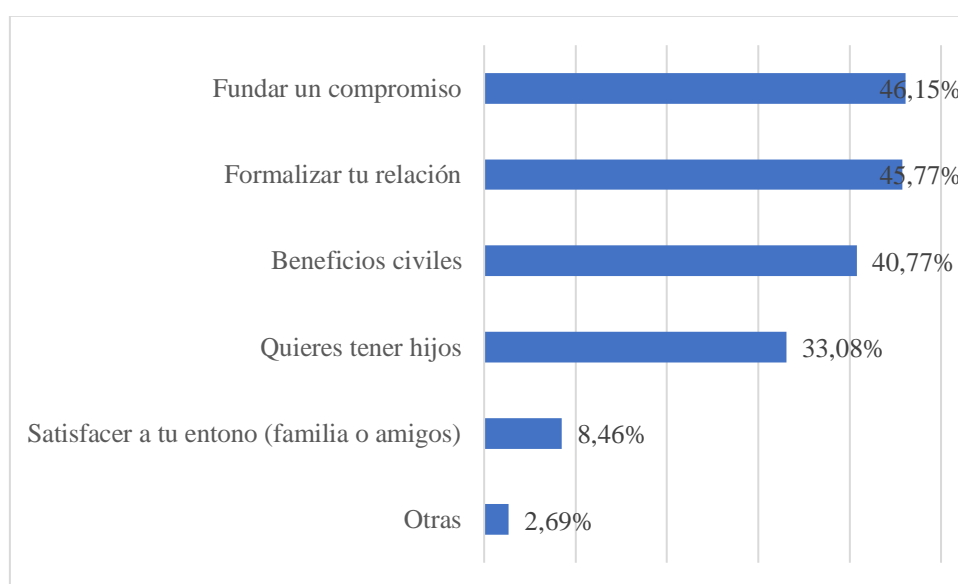
Gráfico 13. Influencia del entorno en cuanto a la decisión de no querer casarse.



Centrándonos ahora en aquellos encuestados a los que sí les gustaría casarse (el **84,97%** de la muestra), podemos decir que la mayoría de los motivos expuestos en la pregunta

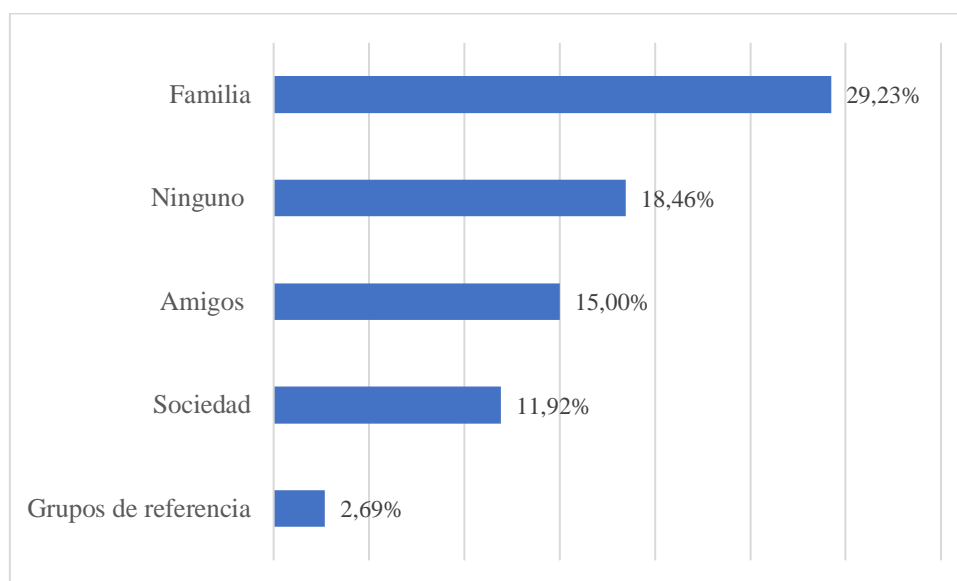
satisfacen a casi todos los encuestados, siendo los más elegidos **“celebrar el amor”**, **“fundar un compromiso”** y **“formalizar una relación”**. Le siguen motivos como **“beneficios legales”** y **“tener hijos”**, que además se verán también justificados en el apartado **“Otra”**, por los beneficios legales que el matrimonio otorga a las parejas homosexuales, entre otros. Dentro de la respuesta **“Otra”**, también podemos encontrar **motivos cristianos** siendo una de las respuestas “prometerme ante Dios amar siempre a esa persona” o **la fiesta** en general.

Gráfico 14. Motivos por los que los jóvenes quieren casarse.



Al igual que a aquellos jóvenes que no querían casarse, también les preguntamos a los que sí querían, si podrían influir algunos de los elementos del entorno en esta decisión. En este caso, debían indicar cuál era el elemento del entorno más influyente. Los resultados muestran que en primer lugar se sitúa la **“pareja”**, seguido, en menor medida, de **“familia”** y la opción **“ninguno”**. El factor menos influyente en este caso es el **“grupo de referencia”**, siendo elegido solamente por 7 encuestados de los 260 que han respondido a esta pregunta.

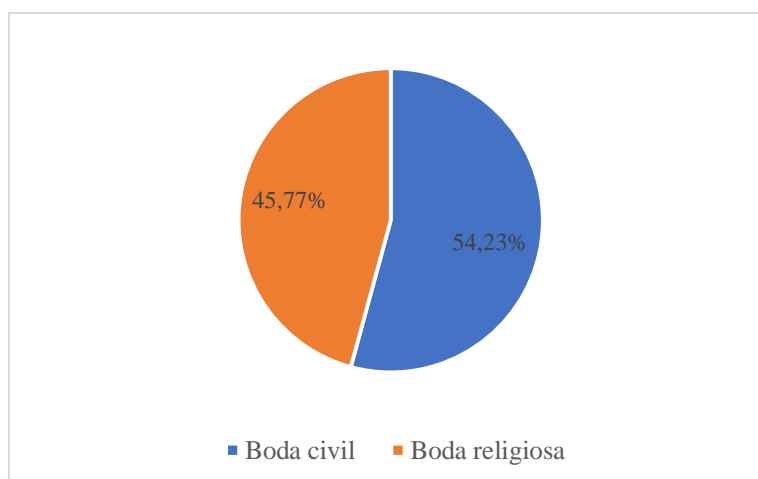
Gráfico 15. Opción de cambiar de opinión influenciado por algún factor del entorno.



- Preferencias en torno a la boda.

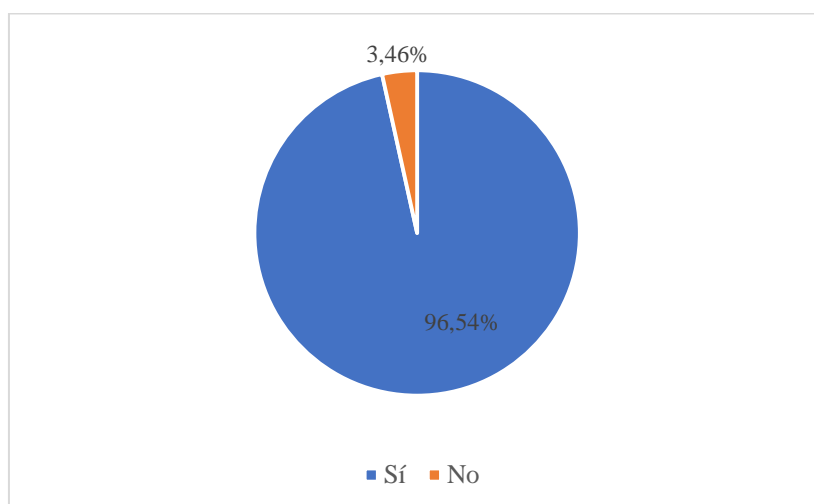
En este apartado nos centraremos en las preferencias en torno a la boda entre aquellos encuestados que desean contraer matrimonio. En relación a la institución por la que les gustaría celebrar el compromiso, el **54,23%** de los jóvenes quiere celebrar una **boda civil**, mientras que el **45,23%**, prefiere una **boda religiosa**.

Gráfico 16. Institución por la que prefieren contraer matrimonio.



Como hemos podido ver en el *gráfico 17*, uno de los motivos más destacados a la hora de contraer matrimonio era celebrar el amor, así como su fiesta en general, es por ello que no sorprende que el **96,5%** de los jóvenes **sí** deseen celebrar una fiesta posterior al compromiso.

Gráfico 17. Preparación de una fiesta posterior al compromiso.

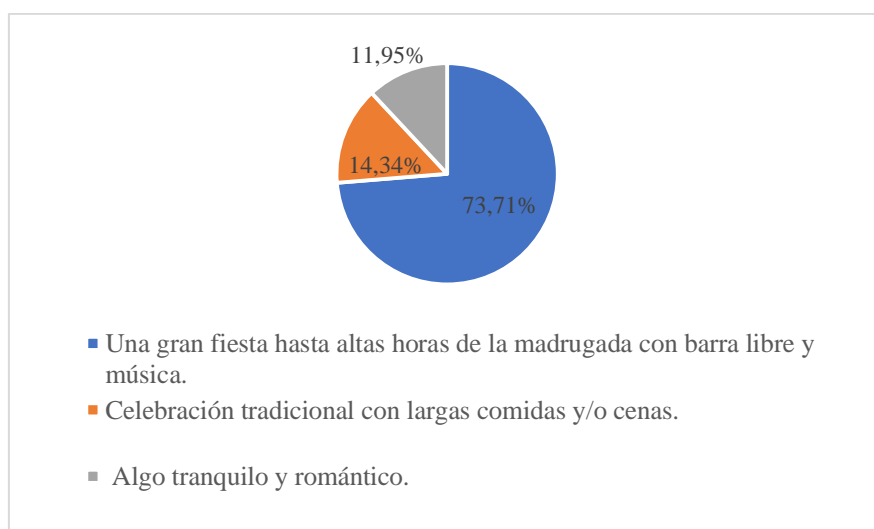


Respecto a la afluencia de gente que prefieren en la celebración, se pedía indicar la afluencia deseada siendo 1 “Boda íntima. Con la familia y amigos cercanos” y 5 “Boda a lo grande, Con muchos invitados”. En este caso, la media del resultado es 2,69, por lo que las preferencias nos indican que, en general, se prefiere una boda con una afluencia de gente intermedia.

- En lo que respecta a la celebración,

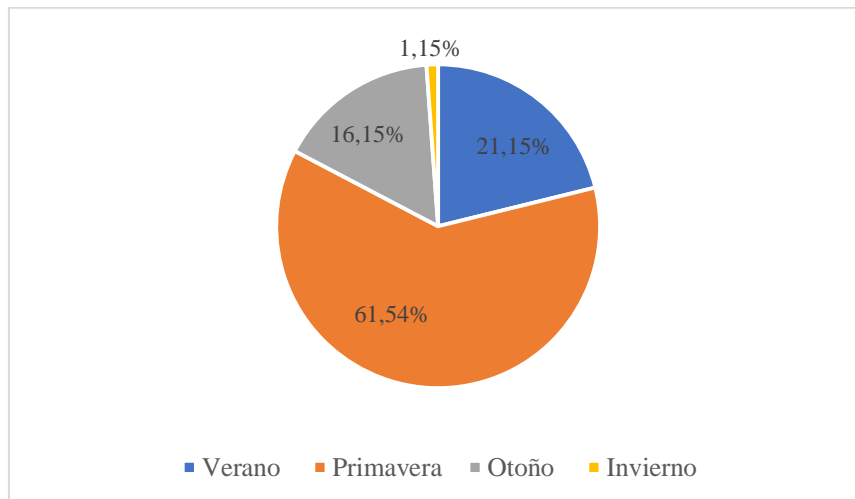
los jóvenes prefieren en su mayoría, en un **73,71%**, una boda que sea una **gran fiesta**, seguido por un **14,34%** por una **celebración tradicional** y finalmente un **11,95%** preferirían algo **tranquilo y romántico**. Esta pregunta también iba dirigida única y exclusivamente para aquellos que querían casarse y poder preparar una celebración posterior.

Gráfico 18. Preferencias de la boda.



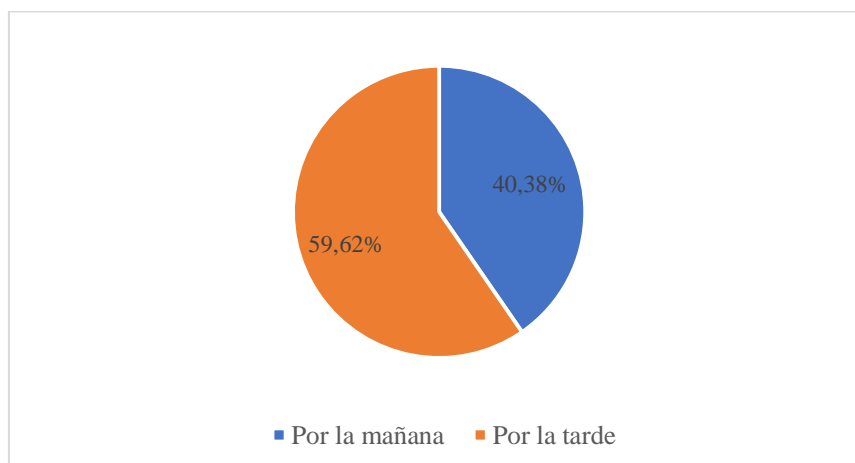
Asimismo, se preguntó la estación del año preferida para casarse, siendo prioritaria la respuesta de **primavera (61,54%)**, seguida de **verano (21,15%)**, otoño (16,15%) y finalmente, casi ni mencionada, la opción de invierno (1,15%), es decir, que predominan las estaciones de sol y buen tiempo.

Gráfico 19. Estación preferida para casarse.



Para continuar con los gustos de la boda, preguntamos en qué momento del día preferirían celebrarla, siendo prioritario, aunque no por mucho, la celebración **por la tarde (59,62%)**. Esto tiene sentido teniendo en cuenta que la mayoría quiere organizar una post celebración con mucha fiesta.

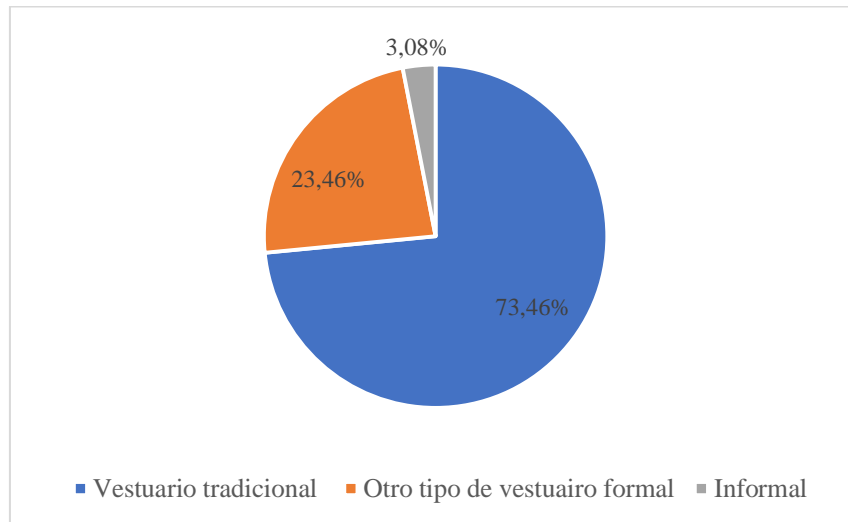
Gráfico 20. Momento preferido para la celebración de la boda.



Siguiendo con las preguntas generales, preguntamos cómo les gustaría ir vestidos a su compromiso. El **73,46%** de los jóvenes querrían casarse con el **vestuario tradicional**,

siendo en las mujeres un vestido blanco y, en los hombres, un traje. Por otro lado, un **23,46%** de los jóvenes preferiría un **vestuario formal pero alejado del tradicional** y, por último y menos mencionado, un **3,08%** querría ir **informal**.

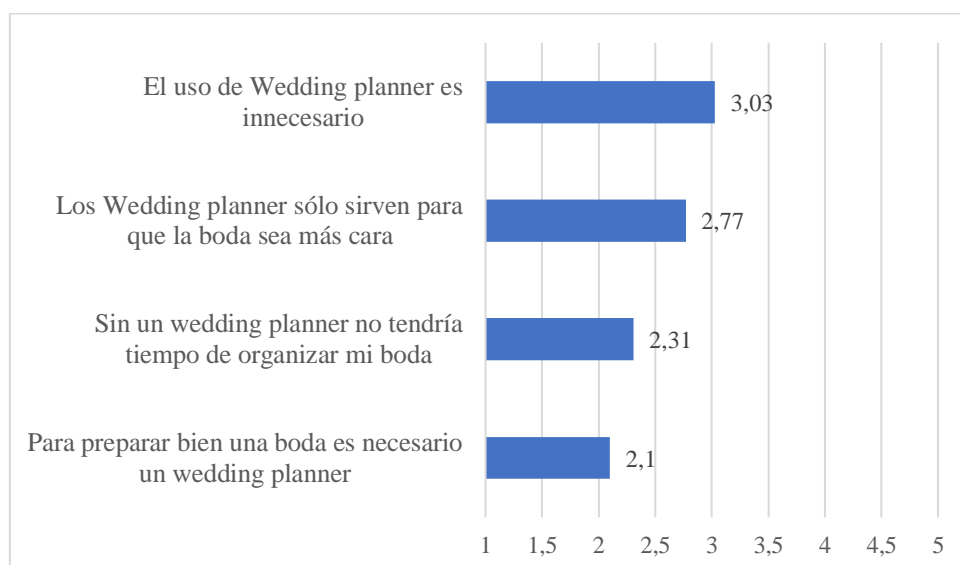
Gráfico 21. Tipo de vestuario preferente.



- Valor del servicio de wedding planner para la preparación de las bodas.

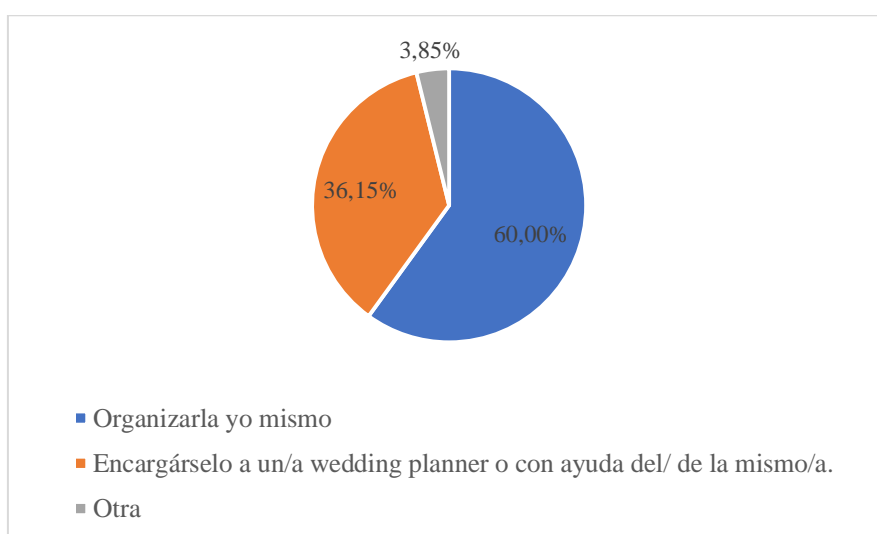
Otro de los objetivos del Trabajo Fin de Grado es observar el valor que se le da al servicio de wedding planner en la preparación de las bodas. Como se observa en el gráfico 22, los jóvenes creen, en mayor medida, que los/las wedding planner son un servicio bastante prescindible ya que aquellas frases con las que más de acuerdo se encuentran son aquellas que indican que su uso es innecesario y que sólo sirven para que la boda sea más cara. Además, las frases que hacen referencia a la organización con la contratación del servicio están peor valoradas.

Gráfico 22. Opinión general del servicio wedding planner.



Cuando se pregunta a los encuestados si haría uso de este servicio, los resultados muestran, en línea con lo visto anteriormente, que los jóvenes se plantean una organización de la boda, en su mayoría, **por sí mismos**, siendo esta opción el **60%** de las respuestas. El otro **36,2%** sí le **encargarían la organización a un servicio como el de wedding planner** y, finalmente, el **3,85%** han dado **otra** respuesta. Teniendo en cuenta que casi todas hacen referencia a organizarlas en pareja, con la familia y/o con amigos, podríamos afirmar que el 63,85% de los jóvenes la organizarían ellos mismos, pues todos prescinden de servicios externos.

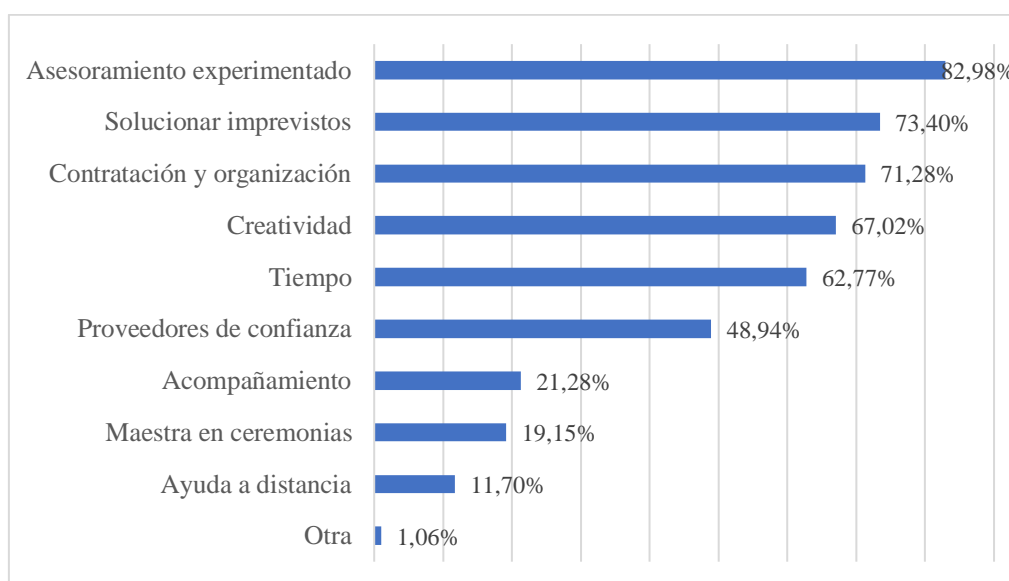
Gráfico 23. Organización de la boda.



Para esos 94 individuos que han respondido que encargarían la organización de su boda a un/una wedding planner, se les ha planteado una pregunta haciendo referencia a los motivos por los que lo harían y conocer cuál o cuáles son los aspectos más valorados del servicio en concreto.

En este caso, los motivos más destacados son el **asesoramiento experimentado**, **solucionar imprevistos**, encargarse de la **contratación y organización**, así como ahorrar **tiempo**. Por otro lado, los motivos menos señalados son la **ayuda a distancia** y que sea **maestra en ceremonias**. En la opción de otra, hay un/a encuestado/a recalcando lo difícil que es tomar tantas decisiones y que la contratación de una persona sería de gran ayuda.

Gráfico 24. Motivos para la contratación de un/a wedding planner.

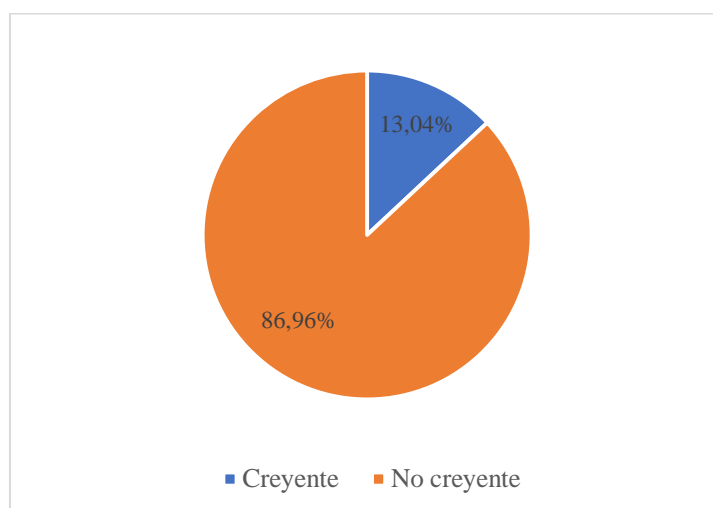


- Influencia de las variables sociodemográficas.

Para finalizar el Trabajo Fin de Grado, se va a hacer un estudio de las variables sociodemográficas en algunas de las cuestiones analizadas para comprobar si existe un perfil con unas características comunes.

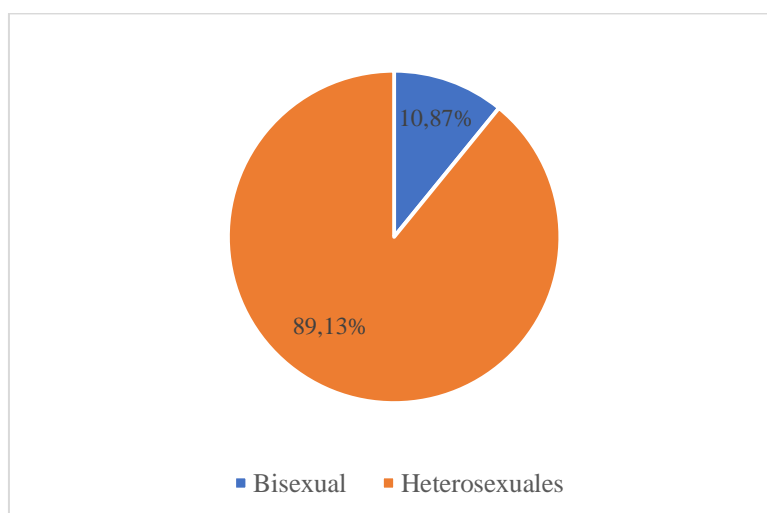
Centrándonos inicialmente en los 46 jóvenes que no quieren casarse, como muestra el gráfico 25, el **96,96% tampoco son creyentes, siendo únicamente el 13,04% creyentes**.

Gráfico 25. Religiosidad de aquellos que no quieren casarse.



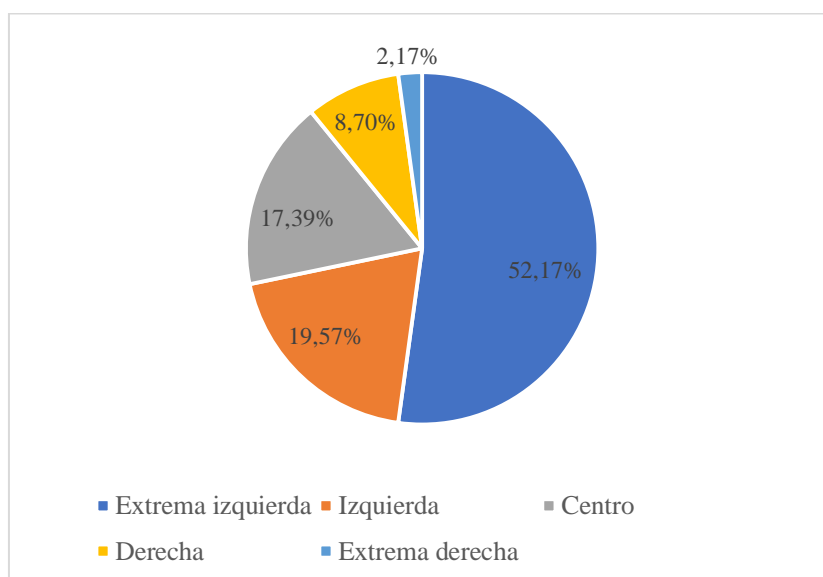
Si, por otro lado, analizamos la orientación sexual de los que no quieren casarse, destacar que el **89,13%** de los encuestados son **heterosexuales**. El **10,87%** restantes son personas **bisexuales**, por lo que es importante destacar que la totalidad de los encuestados homosexuales o personas que no se identifican con ninguna de las orientaciones sexuales a elegir en la encuesta, quieren casarse.

Gráfico 26. Orientación sexual de aquellos que no quieren casarse.



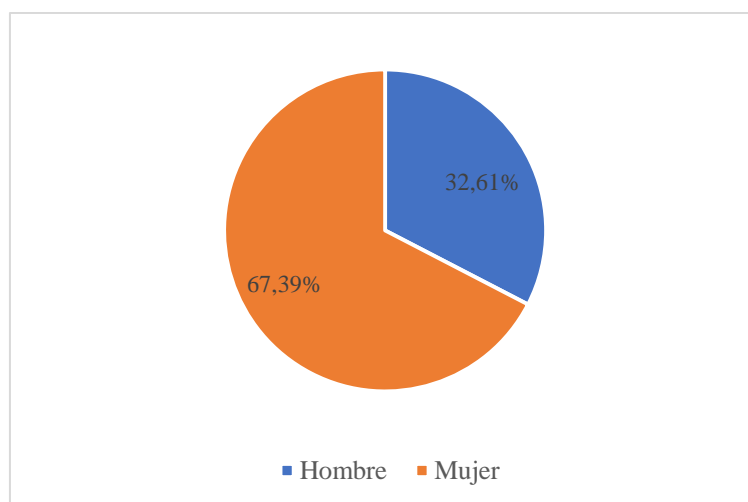
Enfocando la atención en la posición política de este segmento de la encuesta, más de la mitad de las personas indican ser de **extrema izquierda (52,17%)**, mientras que solo un **2,17% indica ser de extrema derecha** y, el **17,39% de centro**. Es decir, el **71,74%** de los sujetos se identifican en una posición claramente de **izquierdas**, en comparación al **10,87%** de los individuos que se sitúa a la **derecha**.

Gráfico 27. Posición política de aquellos que no quieren casarse.



Finalmente, fijándonos en el sexo de aquellos que no quieren casarse, recalcar que el **67,39%** son **mujeres**, frente al **32,61%**, siendo estos, **hombres**.

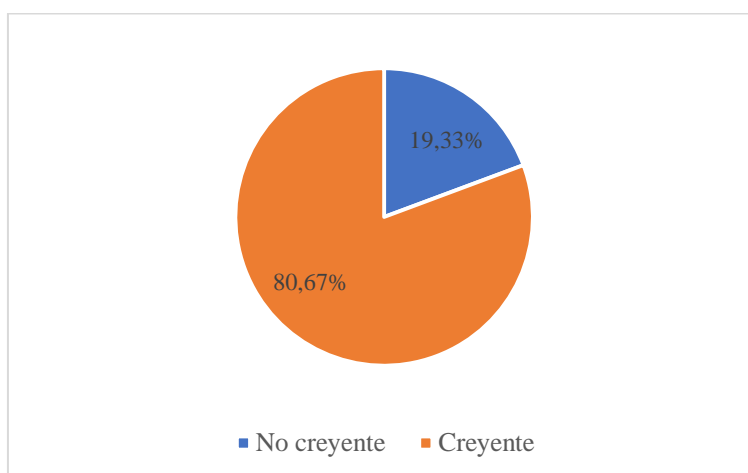
Gráfico 28. Sexo de aquellos que no quieren casarse.



Centrando el interés ahora en las personas que quieren casarse por la Iglesia (119 individuos), vamos a analizar las variables sociodemográficas respecto a si son creyentes o no, la orientación sexual y la posición política.

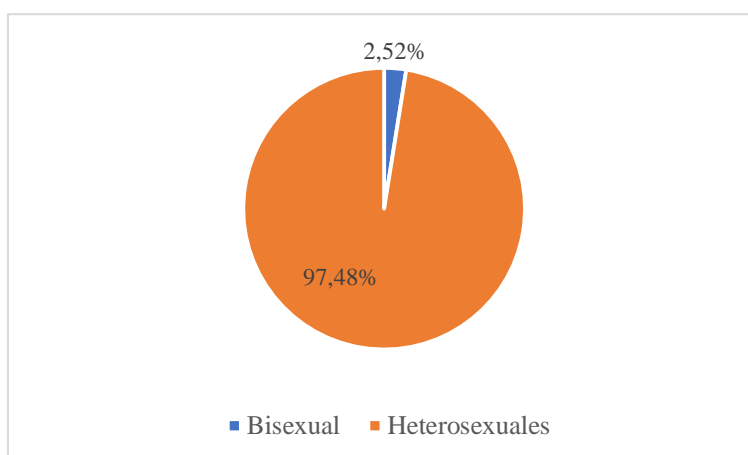
Como muestra el gráfico 29, el **80,67%** de los jóvenes que quieren casarse por la Iglesia son **creyentes**. Sin embargo, hay un **19,33%** (23 personas) que, **sin ser creyentes**, se casarían también a través de esta Institución.

Gráfico 29. Religiosidad de los que quieren casarse por la Iglesia.



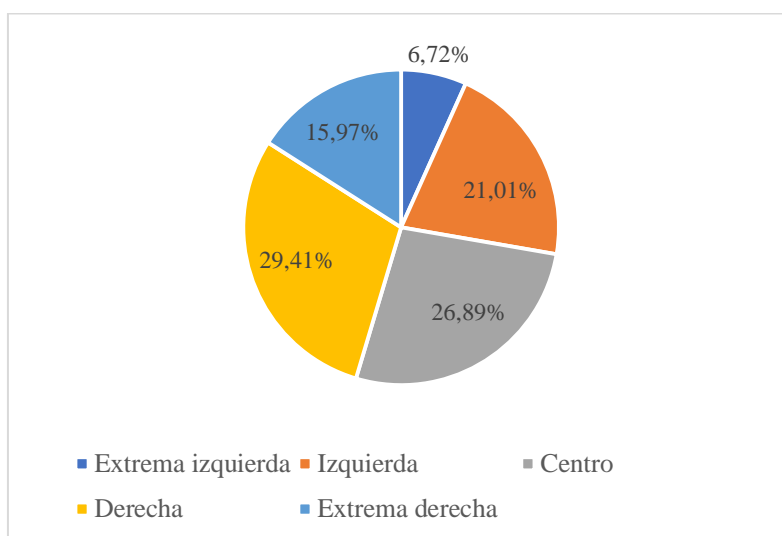
El **97,48%** de los jóvenes que quiere casarse por la Iglesia son **heterosexuales**, mientras que, el **2,52%** restante es **bisexual**. Las personas homosexuales o que no se sienten identificadas con ninguna de las orientaciones sexuales opcionales en la encuesta querrán casarse por lo civil como hemos podido comprobar en el gráfico 26 y 30.

Gráfico 30. Orientación sexual de los que quieren casarse por la Iglesia.



Prestando atención a la posición política de los que quieren casarse por la Iglesia, podemos observar como el mayor porcentaje pertenece a jóvenes de **derechas (29,41%)**, seguido de jóvenes de **centro (26,89%)**. Podemos comprobar que el porcentaje de personas de **izquierda** que quiere casarse por la Iglesia (**21,01%**) supera al porcentaje de **extrema izquierda (15,97%)**, no obstante, es importante recalcar que este **15,97%** representa al **89,36% (19 jóvenes) de la totalidad los jóvenes encuestados que se sienten identificados con esta posición política (22 individuos)**.

Gráfico 31. Posición política de los que se quieren casar por la Iglesia.

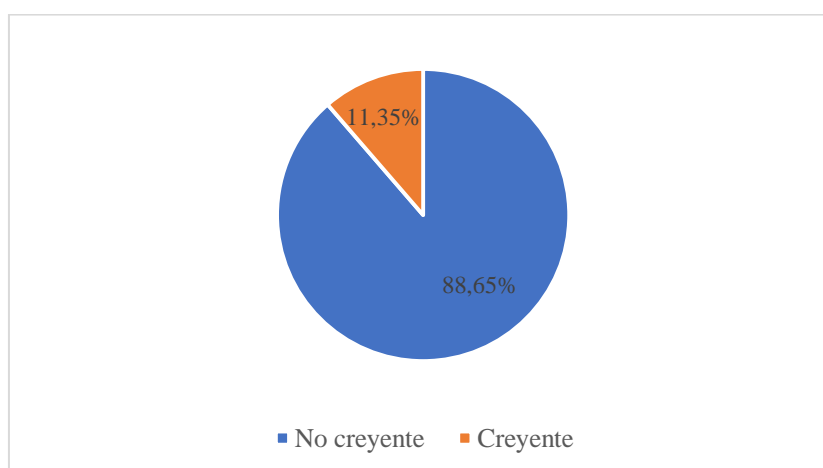


Centrando el interés ahora en las personas que quieren casarse por lo civil (141 individuos), vamos a analizar las variables sociodemográficas respecto a si son creyentes o no, la orientación sexual y la posición política.

Observando el gráfico 32, podemos ver que el **88,65%** de los jóvenes que quieren casarse por lo civil **no son creyentes**, frente al **11,35%** de los jóvenes que **sí lo son**.

Con esto podemos comprobar que hay más jóvenes no creyentes que querrían casarse por la Iglesia, que jóvenes no creyentes que quisiesen casarse por lo civil.

Gráfico 32. Religiosidad de los que quieren casarse por lo civil.

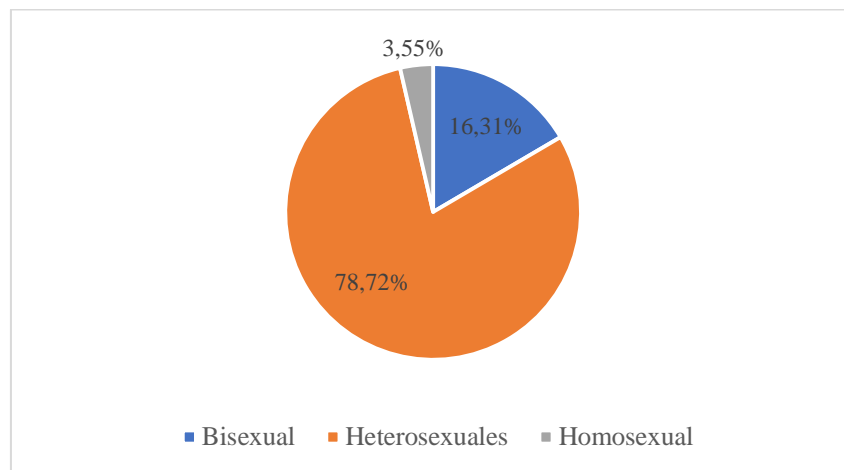


Por otro lado, fijándonos en la orientación sexual de los que quieren casarse por lo civil, podemos ver que el mayor porcentaje, **78,72%** es de **heterosexuales**, representando el

48,90% del total de los jóvenes que quieren casarse. Con esto, podemos ver que hay un mayor porcentaje de jóvenes que quieren casarse por la Iglesia que por lo civil.

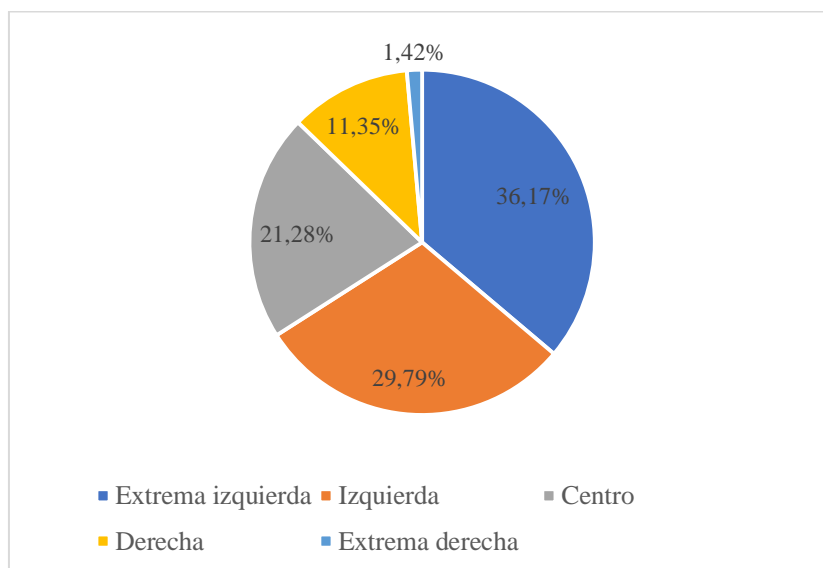
El **16,31%** de los individuos que representa el gráfico 33 son **bisexuales** y el **3,55%** **homosexuales**. Gracias a los gráficos 26, 30 y 33 podemos ver que, todos los jóvenes homosexuales que han realizado la encuesta quieren casarse y que quieren hacerlo por lo civil, lo cual es lógico ya que no pueden casarse por la Iglesia.

Gráfico 33. Orientación sexual de los que quieren casarse por lo civil.



Finalmente, para terminar con el apartado de resultados, centraremos el interés en la posición política de los que quieren casarse por lo civil. En este caso, el **36,17%** son de **extrema izquierda** disminuyendo este porcentaje conforme nos vamos al **extremo derecho**, con un **1,42%**.

Gráfico 34. Posición política de los que quieren casarse por lo civil.



5. CONCLUSIONES.

En este apartado se presentarán las conclusiones finales de este Trabajo Fin de Grado que ha sido posible desarrollar gracias al análisis de fuentes secundarias, así como a la investigación de mercados realizada.

Sorprendentemente, muchos de los resultados que hemos analizado tras la realización de la encuesta, contrastan con las estadísticas obtenidas de fuentes secundarias como el INE, aunque hay que tener en cuenta que nuestra muestra es diferente ya que sólo son jóvenes y principalmente, menores de 23 años.

Las conclusiones ayudarán a dar respuesta a los objetivos planteados dando una visión a aquellos sectores que se dediquen a la organización de bodas pudiendo así adaptarse a las necesidades emergentes.

Centrándonos en los objetivos planteados, se buscaba dar respuesta a cuál era la opinión general de la generación millennial y Z sobre el matrimonio, a lo cual, hemos podido comprobar que la creencia general es que su significado ha cambiado con el paso de los años, aunque, si algo no cambia, es que se sigue percibiendo de forma positiva por la sociedad. Esta unión se concibe como un compromiso de amor y la ocasión perfecta para poder reunir a las personas que quieres.

Los resultados obtenidos en cuanto a la edad a la que los jóvenes les gustaría casarse reflejan el deseo de los jóvenes de casarse en su mayoría (98,58%) antes de los 35 años, mientras que las estadísticas hablan de edades medias actuales de los cónyuges de 35 y 38 años en mujeres y hombres respectivamente. Esto nos puede dar una idea del deseo de los jóvenes de casarse todavía jóvenes y, por otro lado, puede reflejar la incapacidad de casarse cuando el individuo quiere por dificultades económicas mencionadas anteriormente.

Analizando las motivaciones que llevan a las personas a casarse, se centran principalmente en fundar un compromiso y formalizar una relación, mientras que entre los motivos que les llevan a rechazar esta opción se la desconfianza en los compromisos escritos. Los motivos mencionados al principio del trabajo por los que los jóvenes no quieren casarse son representativos para estas generaciones que, visualizando su futuro, ven muy complicado, no tanto el tener una pareja estable, pero sí tener independencia económica y estabilidad laboral. No obstante, estos individuos generalmente sí creen en

el amor, pero no en los papeles que lo confirman, por lo que, aunque pudiesen hacerlo, no cambiarían de opinión.

Si examinamos la influencia del entorno, en general podemos comprobar que puede llegar a ser influyente en aquellos que sí quieren casarse, pero poco en los que tienen claro que no quieren hacerlo. No obstante, aunque la familia sea un factor importante, en general, hay muchos jóvenes que no se dejarían influenciar en cuanto a la decisión de casarse o no hacerlo.

Si nos centramos en investigar cómo querrían casarse los jóvenes, hay bastante equilibrio en cuanto a la institución por la que prefieren contraer matrimonio, siendo en un mayor porcentaje, la civil. Si miramos las estadísticas, la proporción de matrimonios civiles en 2018 es de 76,38%, frente al 23,62% de las bodas católicas. Sin embargo, si nos fijamos en los resultados obtenidos en este estudio, obtenemos cifras alejadas de las estadísticas, habiendo más homogeneidad en el tipo de respuesta con un 8,46% de diferencia a favor de las bodas civiles.

Dentro del 45,77% de los jóvenes que quiere casarse por la Iglesia, es sorprendente que haya un 19,33% de ellos que no sean creyentes, pues el matrimonio por la Iglesia significa jurar amor a tu pareja ante Dios, sujeto en el cual no creen. No obstante, se puede concluir que, a pesar de no ser creyentes, se haga por otras cuestiones (tradición, costumbre...).

Independientemente de esto, en lo que están casi todos de acuerdo es en el deseo de querer preparar una fiesta posterior al compromiso hasta altas horas de la madrugada, con barra libre y música, en primavera o verano, para poder aprovechar el buen tiempo y disfrutar con la familia y amigos de la celebración, es decir, están al corriente de las modas actuales en cuanto a celebración de bodas.

Estudiando la influencia de las variables sociodemográficas como la edad, sexo, religión, orientación sexual, ideología política y estado civil, hemos podido comprobar que hay algunas coincidencias que nos hacen pensar que sí son importantes. Los jóvenes creyentes desean casarse por la Iglesia mientras que los no creyentes prefieren hacerlo por lo civil. En lo que respecta a la orientación sexual, en concreto, los matrimonios entre personas del mismo sexo, nuestros resultados indican que todos los jóvenes encuestados homosexuales quieren casarse y, las respuestas que han ofrecido nos pueden dar una idea de los motivos por los que lo hacen y, aparte de hacerlo por amor, confirman que las dificultades y trabas existentes para tener un hijo siendo una pareja homosexual son

mucho mayores que las existentes para una pareja heterosexual, siendo el matrimonio un requisito fundamental, mientras que la mayoría de las personas que no quieren casarse, son heterosexuales. Y, por último, centrándonos en la ideología política, los resultados muestran que aquellos que no quieren casarse se identifican con la extrema izquierda, así como las personas que quieren casarse por lo civil, que también se identifican en su mayoría con jóvenes de izquierdas, mientras que las personas de derechas prefieren casarse, generalmente, por la Iglesia.

Finalmente, observando el valor que se les adjudica al servicio de wedding planner para la preparación de bodas, hay que mencionar que, aunque el tipo de celebración deseada por los jóvenes de las bodas esté a la orden del día, los encuestados creen que podrán prepararlas prescindiendo de estos servicios. Esto también puede ser llamativo, pues si algo caracteriza a estas generaciones es el estilo de vida ajetreado y ausente de tiempo para poder organizar celebraciones de este calibre, aunque también es entendible si se intenta disminuir el precio de las bodas.

Estos datos nos dejan ver que, el matrimonio, por el momento, no va a desaparecer y que la celebración de una boda seguirá siendo, para muchos jóvenes, uno de los días más importantes de su vida.

5.1. LIMITACIONES.

Inicialmente se planteó realizar un focus group además de la encuesta autoadministrada a través de la página web. Un focus group o grupo de discusión es un método cualitativo que consiste en la reunión de un conjunto de personas que conversan entre ellas sobre un tema previamente establecido, en este caso, la percepción del matrimonio en los jóvenes, bajo la supervisión de un moderador, que en este caso hubiera sido yo. Es una técnica muy interactiva que te permite, no solo lo que piensan sino cómo actúan con diferentes perfiles en el entorno y su comunicación no verbal. Sin embargo, debido a la crisis sanitaria y al confinamiento solamente se ha podido llevar a cabo la encuesta autoadministrada.

BIBLIOGRAFÍA

Católicos, O. (s.f.). <https://portumatrimonio.org/prepara-tu-matrimonio/segundos-matrimonios/>. Obtenido de Por tu matrimonio.

CincoDías. (25 de 10 de 2019).

https://cincodias.elpais.com/cincodias/2019/10/23/companias/1571831137_297796.html.

Coinc. (21 de 06 de 2019). <https://www.coinc.es/blog/noticia/bodas-ano-espana>.

Heraldo. (12 de 02 de 2016). <https://www.heraldo.es/noticias/aragon/2016/02/12/los-matrimonios-aragoneses-reducen-mitad-pero-son-multitudinarios-760912-300.html#>.

Obtenido de Heraldo.

INE. (2018). <https://www.ine.es/jaxiT3/Datos.htm?t=1422>.

Kluwer, W. (s.f.).

https://guiasjuridicas.wolterskluwer.es/Content/Documento.aspx?params=H4sIAAAAAAABAEAMtMSbF1jTAAAUmJcINTtbLUouLM_DxbIwMDCwNzAwuQQGZapUt-ckhlQaptWmJOcSoAUzVnCDUAAAA=WKE#I186.

Larouci, S. (15 de 05 de 2016). https://i-d.vice.com/es_mx/article/xwyddj/por-qu-nuestra-generacin-tiene-miedo-al-compromiso. Obtenido de i-D.

OhemeBodas. (s.f.). *Come Oheme Together*. Obtenido de <https://www.ohemebodas.es/que-es-una-wedding-planner/>

Ponce, R. (19 de 06 de 2019).

<https://sevilla.abc.es/estilo/bulevarsur/noticias/moda/tendencias-para-bodas-2019-2020/?ref=https%3A%2F%2Fwww.google.com%2F>.

Ruíz, P. G. (12 de 10 de 2015). <http://www.iglesiaendirecto.com/2015/10/12/por-que-los-jovenes-no-se-casan-algunos-motivos-y-datos/>.

Sábada. (15 de 02 de 2016). <https://www.heraldo.es/noticias/aragon/2016/02/12/los-matrimonios-aragoneses-reducen-mitad-pero-son-multitudinarios-760912-300.html>.

Obtenido de Heraldo de Aragón.

Valverde, B. (3 de 04 de 2018). *Desde 2009 los enlaces civiles superan a los religiosos. Además, la brecha cada vez es mayor. En 2016 el número de bodas celebradas por la*

iglesia (47.771) tan solo representaron el 27% del total, mientras que 10 años antes, en 2006, eran el 55% y en 1996. Obtenido de verne.

ANEXOS

Anexo 1

MATRIMONIO EN JÓVENES

Hola! Soy Inés Pastor, estudiante de la Universidad de Zaragoza.

Estoy realizando un estudio para conocer la percepción actual que la generación millennial y Z tiene sobre el matrimonio, por lo que sería de gran ayuda que realizases esta encuesta si tienes entre 18 y 36 años y no estás casado/a.

La encuesta será totalmente anónima respetando la privacidad de encuestado.

¡Muchas gracias!

***Obligatorio**

1. Indica tu edad *

Marca solo un óvalo.

☐ De 18 a 23

☐ De 24 a 29

☐ De 30 a 36

2. ¿Estás casado? *

Marca solo un óvalo.

☐ Sí

☐ No

3. A continuación aparecen un conjunto de frases relativas al matrimonio. Por favor, muestra tu grado de acuerdo o desacuerdo con las mismas, siendo 1 "totalmente en desacuerdo" y 5 "totalmente de acuerdo". *

Marca solo un óvalo por fila.

	1	2	3	4	5
El matrimonio es un compromiso de amor	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
El matrimonio formaliza una relación	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
El matrimonio es el medio para alcanzar beneficios legales	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
El matrimonio es una celebración percibida de forma positiva por la sociedad	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
El matrimonio se produce por presión familiar	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
El significado del matrimonio ha cambiado respecto a épocas anteriores	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
El matrimonio es una ocasión para reunir a las personas que quieres	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

4. En un futuro, ¿te gustaría casarte? *

Marca solo un óvalo.

- ☐ Sí Salta a la pregunta 7
- ☐ No

5. ¿Por qué no quieres casarte? *

Selecciona todos los que correspondan.

- ☐ No creo en compromisos escritos
- ☐ No creo en el amor para toda la vida
- ☐ No estoy preparado
- ☐ Prefiero gastarme el dinero en otras cosas
- ☐ Por la precariedad en el mundo laboral
- ☐ Es complicado independizarse como para pensar en bodas
- ☐ Por miedo al divorcio
- ☐ Soy más de relaciones cortas

Otro: ☐ _____

6. ¿Cambiaría tu opinión en caso de que alguien de tu entorno (pareja, amigos, familiares) estuviera a favor de que lo contrajeses? *

Marca solo un óvalo.

- ☐ Sí *Salta a la pregunta 21*
☐ No *Salta a la pregunta 21*
☐ Tal vez *Salta a la pregunta 21*

Salta a la pregunta 21

7. ¿Cuáles son los motivos por los que te casarías? *

Selecciona tantas opciones como desees.

Selecciona todos los que correspondan.

- ☐ Fundar un compromiso
☐ Formalizar tu relación
☐ Celebrar el amor
☐ Beneficios civiles
☐ Quieres tener hijos
☐ Satisfacer a tu entorno (familia o amigos)

Otro: ☐ _____

8. Indica, por favor, cuál o cuáles de los siguientes elementos del entorno podrían influir en tu decisión de contraer matrimonio. *

Selecciona todos los que correspondan.

- ☐ Pareja
- ☐ Familia
- ☐ Amigos
- ☐ Grupos de referencia
- ☐ Sociedad
- ☐ Ninguno

9. ¿A través de que institución te gustaría celebrar tu compromiso? *

Marca solo un óvalo.

- ☐ Boda civil
- ☐ Boda religiosa

10. ¿Prepararías una celebración posterior? *

Marca solo un óvalo.

- ☐ Sí *Salta a la pregunta 11*
- ☐ No *Salta a la pregunta 13*

11. Indica la afluencia de gente que preferirías en la celebración *

Marca solo un óvalo.

	1	2	3	4	5	
Boda íntima. Con la familia y amigos cercanos.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Boda a lo grande. Con muchos invitados.

12. ¿Cómo preferirías tu boda? *

Marca solo un óvalo.

- ☐ Una gran fiesta hasta altas horas de la madrugada con barra libre y música
- ☐ Celebración tradicional con largas comidas y/o cenas
- ☐ Algo tranquilo y romántico

Un wedding planner es una persona que se encarga de la planificación, coordinación y desarrollo de eventos nupciales, ocupándose de todos los aspectos relacionados con la boda, permitiendo descargar en él todo el trabajo y esfuerzo necesario para llevar a cabo la celebración de la boda.

13. Indica tu grado de acuerdo o desacuerdo con las siguientes afirmaciones *

Siendo 1 "totalmente en desacuerdo" y 5 "totalmente de acuerdo".

Marca solo un óvalo por fila.

	1	2	3	4	5
El uso de Wedding planner es innecesario	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Los Wedding planner sólo sirven para que la boda sea más cara	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sin un wedding planner no tendría tiempo de organizar mi boda	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Para preparar bien una boda es necesario un wedding planner	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

14. En cuanto a la organización de la boda, te gustaría: *

Marca solo un óvalo.

- ☐ Organizarla yo mismo Salta a la pregunta 17
- ☐ Encargárselo a un/a wedding planner o con ayuda del/ de la mismo/a
- ☐ Otro: _____

15. Por favor, indica los motivos por los que contarías con un wedding planner *

Selecciona todos los que correspondan.

- ☐ Asesoramiento experimentado
- ☐ Contratación y organización
- ☐ Ayuda a distancia
- ☐ Proveedores de confianza
- ☐ Solucionar imprevistos
- ☐ Creatividad
- ☐ Acompañamiento
- ☐ Tiempo
- ☐ Maestra en ceremonias

Otro: ☐ _____

16. ¿Qué presupuesto estarías dispuesto a pagar por este servicio de wedding planner? *

Teniendo en cuenta que el precio varía según muchos aspectos así como el número de invitados o el lugar de la celebración (Iglesia o juzgado, o un recinto exclusivo con preparación)

Marca solo un óvalo.

- ☐ De 1000€ a 2499€
- ☐ De 2500€ a 3999€
- ☐ De 4000€ a 5499€
- ☐ De 5500€ a 7000€
- ☐ Más de 7000€

17. ¿En qué estación del año te gustaría casarte? *

Marca solo un óvalo.

- ☐ Otoño
- ☐ Invierno
- ☐ Primavera
- ☐ Verano

18. Preferirías una boda: *

Marca solo un óvalo.

- ☐ Por la mañana
- ☐ Por la tarde

19. ¿Cómo te gustaría ir vestido/a? *

Marca solo un óvalo.

- ☐ Vestuario tradicional
- ☐ Otro tipo de vestuario formal
- ☐ Informal

20. ¿Con cuántos años te gustaría casarte? *

Marca solo un óvalo.

- ☐ De 18 a 23
- ☐ De 24 a 29
- ☐ De 30 a 35
- ☐ De 36 a 41
- ☐ De 42 en adelante

21. ¿Eres creyente? *

Marca solo un óvalo.

- ☐ Sí
- ☐ No

22. ¿Cuál es tu orientación sexual? *

Marca solo un óvalo.

- ☐ Heterosexual
- ☐ Homosexual
- ☐ Bisexual
- ☐ Asexual
- ☐ Otro

23. Indica en que posición política te sientes más identificado siendo 1 "Izquierda" y 5 Derecha" *

Marca solo un óvalo.

	1	2	3	4	5	
Izquierda	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Derecha

24. Indica tu sexo *

Marca solo un óvalo.

- ☐ Mujer
- ☐ Hombre
- ☐ Otro