



**un**  
**i** **Universidad**  
**Internacional**  
**de Andalucía**  
**A**

# Estudio de usos, hábitos y demandas culturales del personal de administración y servicios de la Universidad Internacional de Andalucía

**E**l Plan Estratégico 2007-2009 de la Universidad Internacional de Andalucía fue aprobado el 12 de junio de 2007.

En su misión se definía a la UNIA como una Universidad Pública del Sistema Universitario Andaluz, abierta, de postgrado, comprometida con el progreso de su entorno, con vocación de cooperación solidaria en el ámbito internacional, especialmente con Latinoamérica y el Magreb, que responde con calidad, agilidad, flexibilidad y orientación innovadora a los retos emergentes de la sociedad contemporánea en los diferentes campos de las ciencias, la tecnología, la cultura y las artes.

Su visión fijaba los perfiles de una:

- Universidad para la formación de posgrado y las nuevas tecnologías.
- Universidad de la cooperación para la sostenibilidad.
- Universidad para la cultura y el pensamiento innovador.
- Universidad para el progreso de su entorno.
- Universidad flexible, dinámica, ágil y oportuna.

Finalmente, sus ejes se concretaban sobre

- una enseñanza e investigación flexible, de calidad, centrada en los estudios de posgrado y orientada a los retos emergentes de la sociedad
- una implicación con el entorno y vocación de cooperación solidaria en el ámbito internacional
- un compromiso con la sociedad a través del pensamiento crítico, la cultura y la sostenibilidad
- una gestión y gobierno eficaz, innovador y preocupado por el desarrollo integral de las personas

La particular estructura de la Universidad Internacional de Andalucía se manifiesta tanto en su ubicación en tres sedes —La Rábida en Huelva, Sevilla y Baeza— como en los contenidos de su actividades académicas donde seminarios y cursos de postgrado concentran su oferta académica. Es precisamente aquella ordenación geográfica la que sitúa a su Personal de Administración de Servicios en tres ámbitos sociales y culturales distintos que interactúan con sus contextos de forma particular y distintiva, en estrecha relación con la filosofía y contenido de los mismos.

Un colectivo tan heterogéneo como el PAS responde de forma plural ante los usos y hábitos culturales de la sociedad donde vive, generando sus propias demandas en consonancia con sus intereses internos y estímulos externos. La variedad de sus funciones laborales influye no sólo en sus carreras profesionales sino también en la cimentación y desarrollo de un perfil cultural que los resultados de esta encuesta tiende a delimitar lo más fielmente posible. El carácter novedoso no tanto de la metodología como del territorio social estudiado depara datos utilísimos no sólo para investigadores de temas relacionados con la Comunidad Universitaria de la UNIA o andaluza sino también para aquellos interesados en conocer y trabajar en una parcela cultural que, en muchos casos, es reflejo directo de la sociedad en la que se inscribe y a la que en absoluto y en ningún momento permanece ajena.

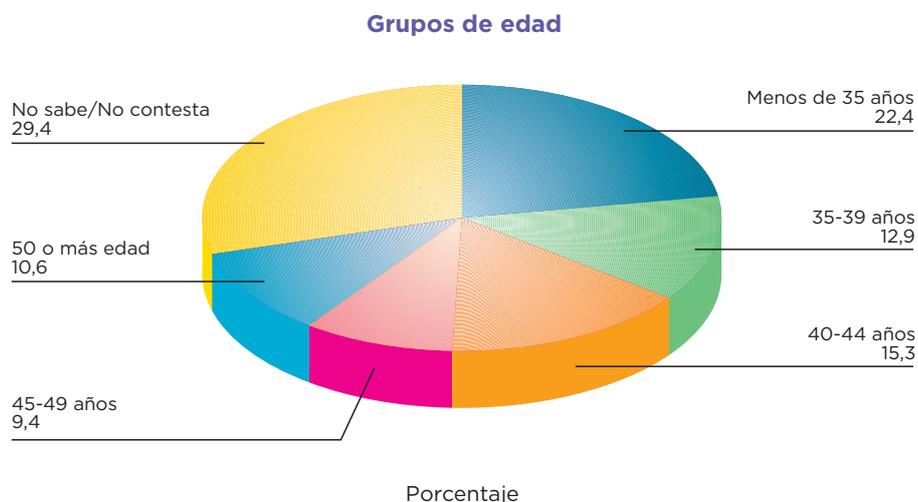
**La UNIA ha finalizado la elaboración de su Plan Estratégico para los años 2007-2009.**

## 1. PERFIL DEL PAS DE LA UNIA

El colectivo del Personal de Administración y Servicios de la Universidad Internacional de Andalucía está integrado por 121 individuos, habiendo participado en esta muestra un total de 105. Un 73% de aquellos 121 individuos forma parte del personal Funcionario y un 27% del personal Laboral. En el personal Funcionario un 21% pertenece al grupo A, un 13% al grupo B, un 24% al grupo C y un 42% al grupo D. Por su parte, en el personal Laboral un 17,65% forma parte del grupo I, un 11,76% del grupo II, un 20,59 del grupo III y un 50% del grupo IV.

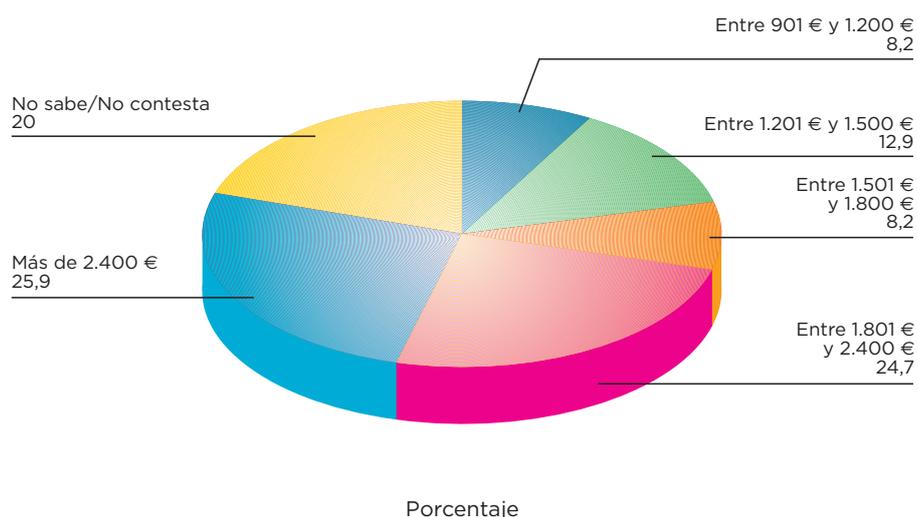
El **personal encuestado** presenta un **perfil demográfico** formado en una ligera mayoría por mujeres (61,2%) frente a un 38,8% de varones. Su edad media es relativamente joven (39,75 años) y concentra en la franja menor de 35 años a un superior porcentaje de individuos (31,7%), seguido por la de 40 a 44 años (21,7%), 35 a 39 años (18,3 %), 50 años o más

edad (15%) y, para finalizar, 45 a 49 años /13,3%). La mayoría está casada (57,6%) aunque también hay un importante bloque de solteros/as (29,4%). mientras viven en pareja un 7,1% y están divorciados/as un 5,9%. Como consecuencia, un 21,2% vive con su pareja sin hijos mientras un 42,% lo hace con hijos. Porcentajes menores quedan adjudicados a la vida con sus padres (12,9%), solo (11,8%), con amigos/as o compañeros de trabajo (5,9%) o familia monoparental con hijos (4,7%).



En cuanto al **perfil económico**, los ingresos familiares de su hogar son medio-altos y se sitúan preferentemente entre los 1.801 y 2.400 euros (24,7%) y los más de 2.400 euros (25,9%). Sólo un 8,2% pertenece a una unida familiar que ingresa entre 901 y 1.200 euros.

**¿Cuáles son los ingresos familiares mensuales de su hogar?**

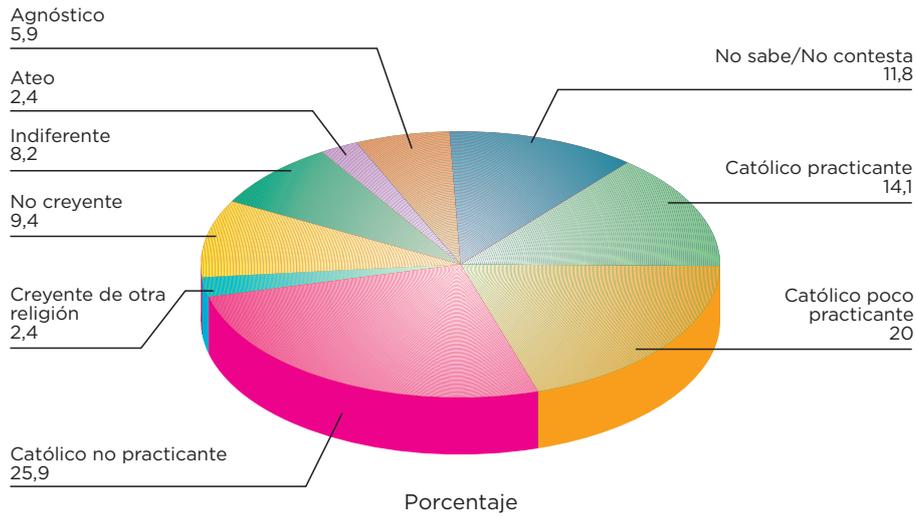


En materia de **religiosidad**, el 25,9% se define como católico no practicante, el 20% como católico poco practicante, el 14,1% como católico practicante y el 9,4% como no creyente.

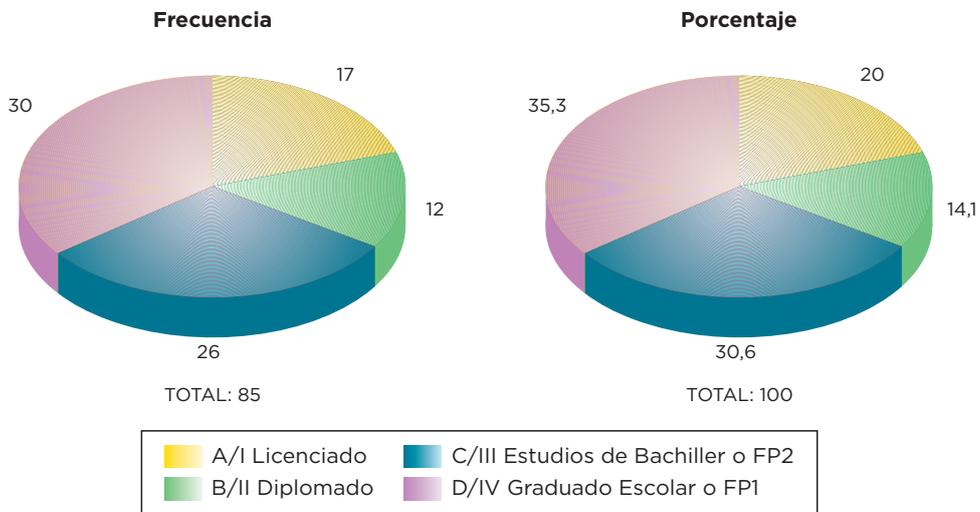
Las **provincias de origen** de los encuestados se concentran en las tres donde la UNIA tiene situada sus sedes: Jaén (43,5%), Sevilla (28,2%) y Huelva (10,6%).

En cuanto al **ámbito profesional** se reseña que el 76,5% pertenece a la categoría de funcionario mientras que el 23,5 se incluye en la laboral. Un 35,7% lleva entre 1 y 3 años en su puesto de trabajo, un 26,8% entre 4 y 6 años, un 21,4% entre 7 y años un 7,1% entre 10 y 12 años, un 3,6% entre 13 y 15 años y un 5,4% más de 15 años. El dato refleja un importante crecimiento cercano de dicho sector, fijando la antigüedad media en el puesto en 5,88 años.

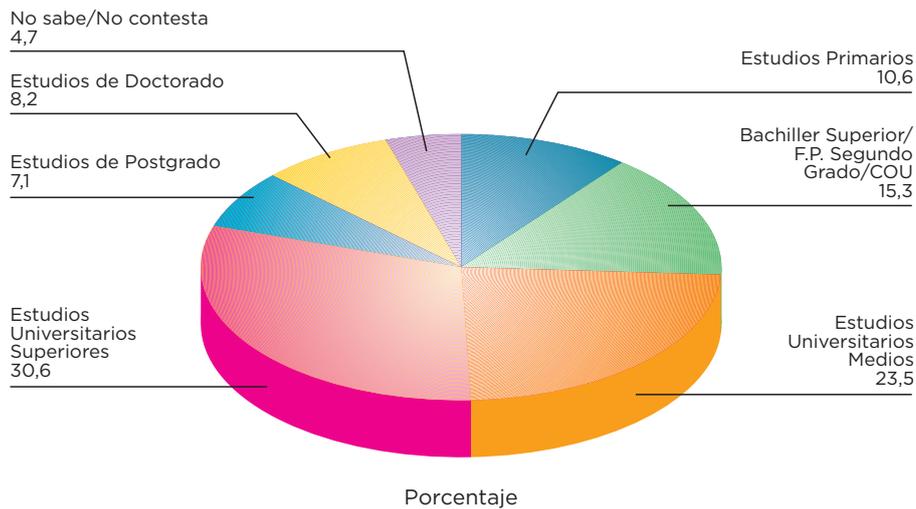
**En materia de religión, ¿cómo se definiría?**



**¿A qué grupo profesional pertenece?**

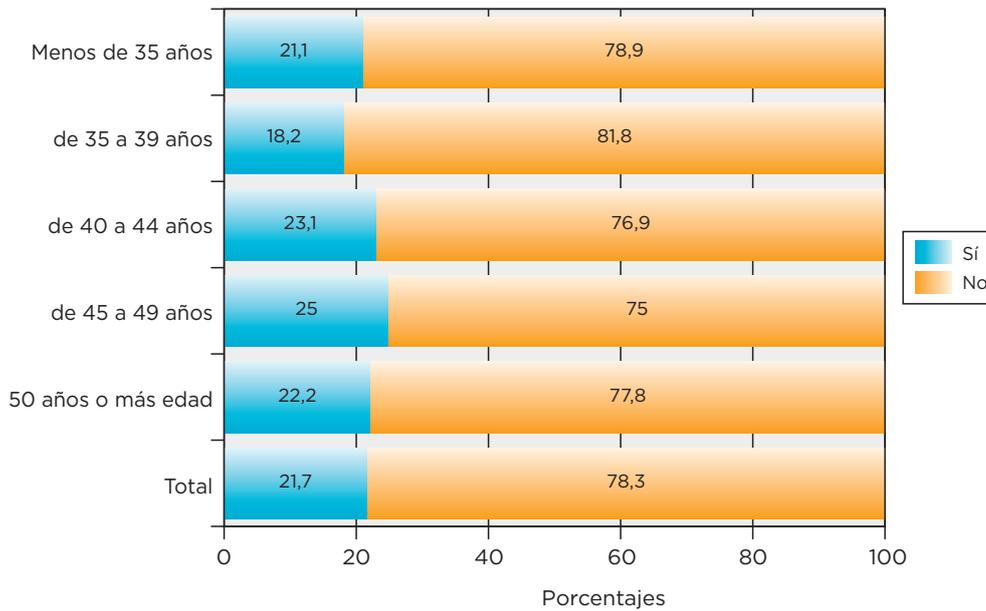


**¿Qué nivel de estudios tiene completados usted?**

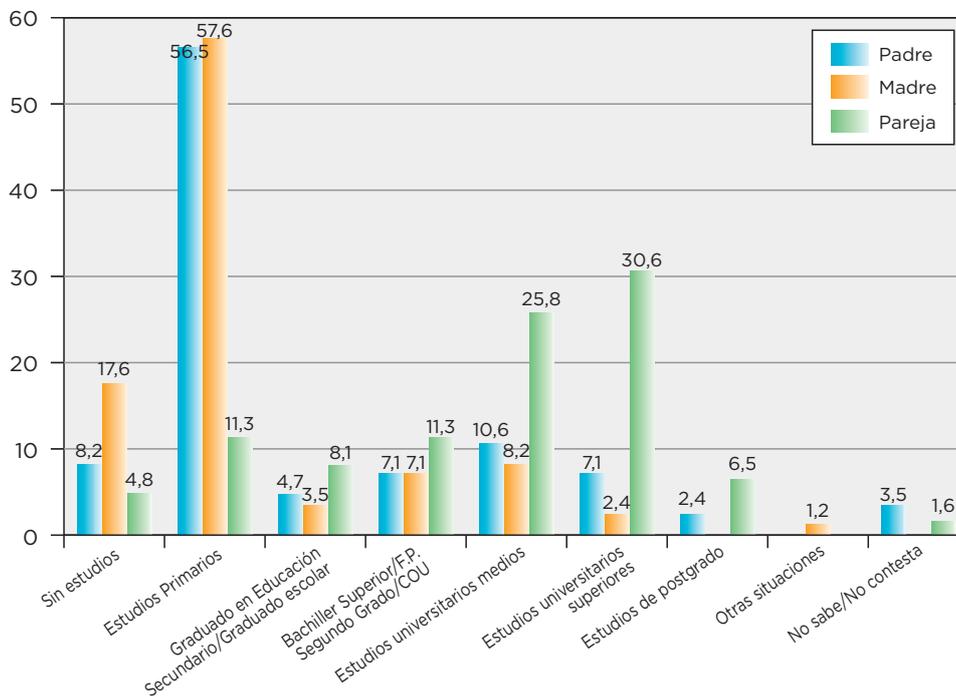


El **contexto académico y formativo** arroja un alto nivel de estudios: de hecho, el 8,2% tiene completados estudios de doctorado, el 7,1% estudios de postgrado, el 30,6% han cursado estudios universitarios superiores, el 23,5% estudios universitarios medios y el 15,3% Bachiller Superior, FP Segundo Grado o COU. Sólo el 10,6% no sobrepasa los estudios primarios. El dato muestra un desajuste entre los estudios completados y el grupo profesional a que se pertenece donde predomina la formación sobre la ocupación. En cuanto a áreas temáticas, las artes y humanidades conforman el primer sector ocupado por aquellos que han contestado que tiene estudios con un 20,0%. Le siguen las ciencias sociales, la enseñanza comercial y el Derecho así como los programas de formación básica y desarrollo personal (14,1%). En el otro extremo, el sector de la Salud y los Servicios Sociales sólo ocupa a un 3,5%.

**En la actualidad, ¿está cursando estudios reglados para completar/avanzar en su formación? según grupos de edad**



**Nivel educativo del padre, madre y pareja**



En un dato más presente, sólo un 21,2% cursa en la actualidad estudios reglados para completar o avanzar en su formación, siendo los estudios de Licenciatura los más concurridos con un 22,2%, seguidos de los cursos de Doctorado (16,7%) y de los procesos de elaboración de tesis doctoral con análogo porcentaje. De este 21% son mayoría los varones (un 27,3 de su sexo) estando las mujeres diez puntos por debajo (17,3%) en relación al suyo. Por grupos de edad, la mayoría se encuentra entre los 45 y 49 años (25,0%), seguido de 40 a 44 años (23,1%), 50 o más edad (22,2%), menos de 35 años (21,1%) y 35 a 39 años (18,2%). De aquel 21,2% que cursa estudios reglados en la actualidad, el Personal Laboral se muestra más activo, probablemente incentivado por el mayor y mejor acceso de sus procesos de promoción: un 30% de dicho Personal Laboral cursa en estos momentos dichos estudios por sólo el 18,5 del Funcionario. Finalmente hacer constar que el grupo profesional que posee un mayor número de trabajadores cursando dichos estudios es el C/III adscrito a Estudios de Bachiller o FP2 (30,8%), seguido del 23,5% de los A/I Licenciados, el 16,7% del B/II de los Diplomados y el 13,3% de D/IV Graduado Escolar o FPI. Curiosamente se debe destacar que quienes poseen menor nivel de estudios son también quienes menos tiempo dedican a su formación.

Los gráficos relativos al nivel educativo del padre, madre y pareja del PAS apuntan a los Estudios Primarios como franja preferente, especialmente en lo que se refiere a los progenitores (56,5% el padre y 57,6% la madre), situándose las parejas en un nivel formativo superior especialmente subrayable en estudios universitarios superiores (30,6%) y medios (25,8%).

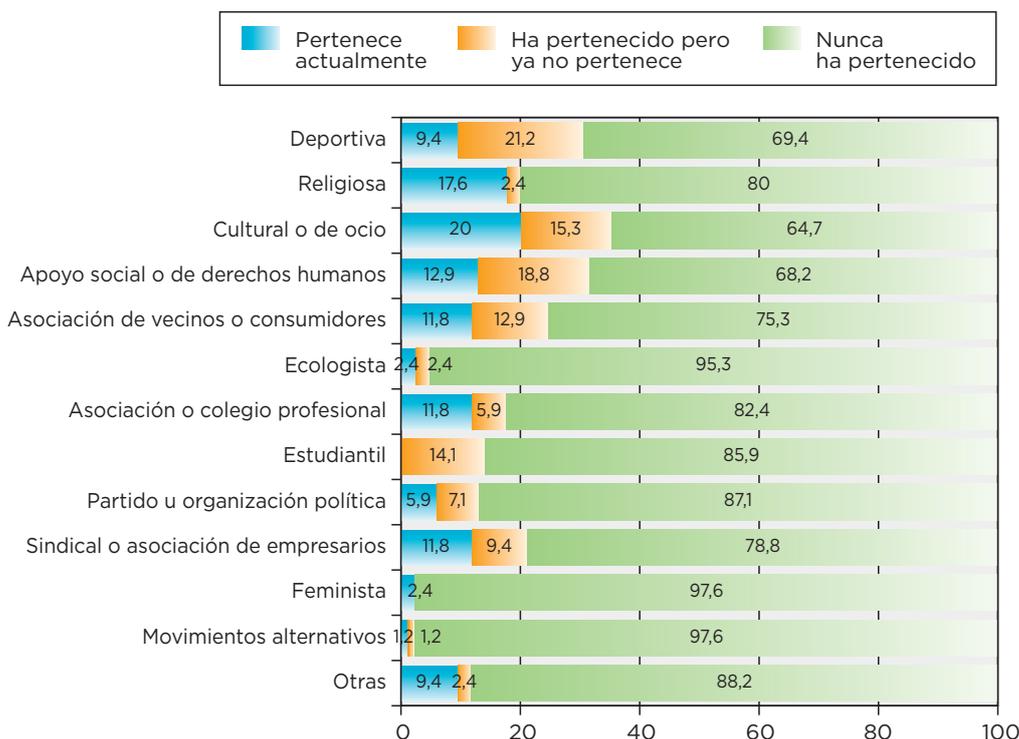
## 2. ASOCIACIONISMO

Son mayoría los miembros del PAS de la UNIA que participan o colaboran actualmente con alguna asociación con un 55,3% del total (60,6% de varones y 51,9% de mujeres). Existe un cierto equilibrio entre los diferentes grupos de edad aunque el sector comprendido entre los 35 y 39 años (72% de los mismos) y el de 50 años o más edad (66,7%) lideren la tabla. Le siguen la franja entre 45 y 49 años (62,5%), entre 40 y 44 años (53,8%) y los menores de 35 años (36,8%).

El 60% de los Laborales participa en este sector asociacionista mientras que el sector Funcionario se queda en un cercano 53,8%. La mayor formación académica también influyen esta implicación social siendo los Licenciados (64,7% de su total), seguidos de los diplomados (58,3%) y los poseedores de estudios de Bachiller o FP2 (53,8%) quienes más participan en el sector asociacionista.

Las asociaciones culturales y de ocio han sido las más elegidas por el PAS de la UNIA (35,3%) seguidas por las de apoyo social o de Derechos Humanos (31,7%) y las deportivas (30,6%). Llama la atención el descenso de esta última temática

### Asociacionismo

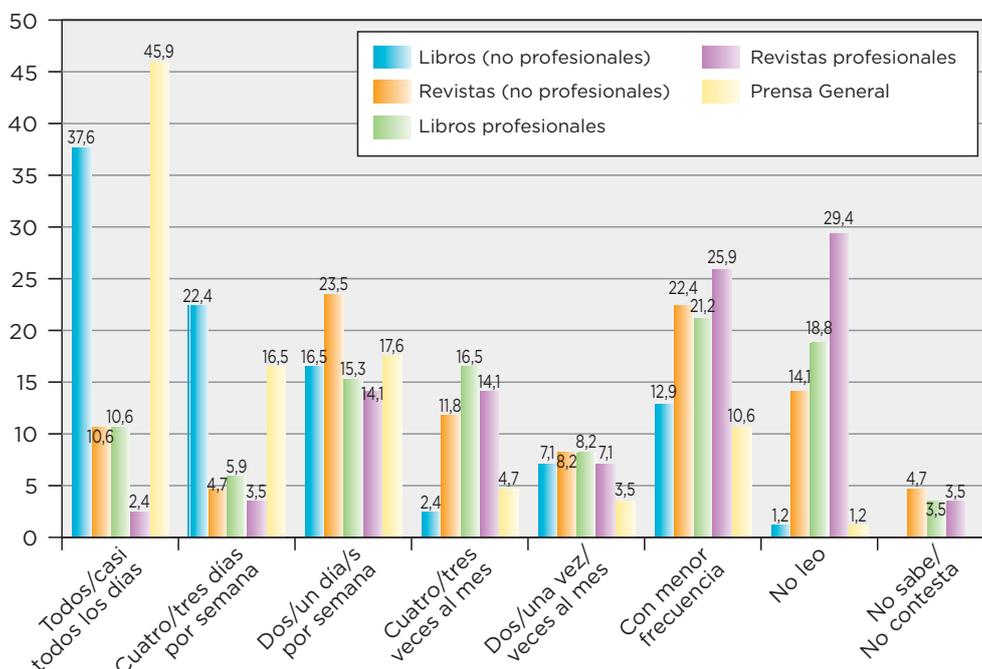


con un 21,2% de individuos que ya no pertenece a ellas y una actual permanencia de sólo el 9,4%. En el otro extremo se encuentran las asociaciones feministas y los movimientos alternativos (2,4%).

### 3. HÁBITOS DE LECTURA

El tiempo medio dedicado a la lectura por el PAS de la UNIA es de 50,24 minutos en días laborables y el 84,20 minutos en festivos, siendo la media de libros no profesionales al año de 8,02 y de profesionales el 2,97.

Hábitos de lectura



La **prensa general** copa los más altos porcentaje de lectura con un 45,9% de individuos que reconoce leerla **todos o casi todos los días**. De ellos un 57,6% son varones y un 38,5% mujeres estando la mayor franja de edad entre los 40 y los 44 años (61,5%), seguida de los 35 y 39 años (45,5%) y siendo la menor la de 50 años o más edad con un 11,1%. El 50,8% de los Funcionarios la lee con esta periodicidad mientras que en el bloque Laboral sólo la cumple el 30%. En relación a su grupo profesional los Licenciados (58,8%) y los individuos con estudios de Bachiller o FP2 (65,4%) acuden a ella diaria o casi diariamente pero también es significativo que un 5,9% del primer grupo reconozca no leerla nunca.

Un 16,5% del total del colectivo se acerca a ella **entre cuatro y tres días por semana** (19,2% de mujeres y 12,1% de hombres) con un sector mayoritario menor de 35 años (36,8%) seguido de 50 o más edad (33,3%), siendo el 18,5% de los Funcionarios y el 10,0% de los Laborales. Un 33,3% de los Diplomados y un 20% de los Graduados Sociales o FP1 se incluyen en esta periodicidad. El 17,6% la lee **dos o un día por semana** (18,2% de varones y 17,3% de mujeres) siendo la franja entre los 40 y 44 años la más concurrida con un 30,8%. Sólo el 1,2% afirma **no leer nunca** la prensa general, justo el 1,9% de las mujeres del PAS, el 1,5 de los Funcionarios además del ya citado 5,9% de los Licenciados.

Los periódicos más leídos son *El País* (70,2%), los diarios locales (36,9%), *El Mundo* (35,7%), la prensa gratuita (31%) seguido ya de lejos por el *ABC* (19%).

Le siguen los **libros no profesionales** con un 37,6% de individuos que los lee **todos o casi todos los días**. Se trata del 45,5% de los varones y el 32,7% de las mujeres, con mayor franja de edad entre los 45 y 49 años con un 75%. El 41,7% de los Diplomados y el 46,2% de los poseedores de estudios de Bachiller o FP2 copan los mayores porcentajes de uso.

Finalmente un 22,4% se acerca a los libros no profesionales **cuatro o tres días por semana** (33,3% varones y 15,4% mujeres, con mayoritario sector entre los 40) y un 16,5% **un día o dos por semana** (23,1% mujeres y 6,1% hombres). Un 1,2% del total **nunca** hace uso de ellos, siendo el 1,9% de las mujeres.

La literatura extranjera actual copa las preferencias de los encuestados con un 46,4% seguido de la literatura española moderna y la novela histórica, ambas con un 44%. En el otro extremo, sólo el 8,3% se acerca a los temas relacionados con ciencia y tecnología.

Las **revistas no profesionales** son leídas todos o casi todos los días por un 10,6% de los encuestados (15,2 de los varones y 7,7% de las mujeres), entre cuatro y tres días a la semana por un 4,7% (3% de los varones y 5,8% de las mujeres) y nunca por un 14,1% (21,2% de los varones y 9,6% de las mujeres). Los mayores porcentajes se sitúan en quienes las leen uno o dos días por semana (23,5%) o con menor frecuencia a una o dos veces al mes (22,4%). La franja inferior a los 44 años copa los porcentajes de uso diario o casi diario de este tipo de revistas lo que denota un cierto desinterés por las mismas a partir de dicha edad. De hecho, el sector del PAS comprendido entre los 45 y 49 años tiene como tope un uso de las mismas de uno o dos días por semana (12,5% de dicho sector). El grupo profesional de superior grado académico (licenciados) arroja altos porcentajes de su uso todos o casi todos los días (11,8% del mismo) o cuatro o tres días por semana (17,6%) aunque el grupo con estudios de Bachiller o FP2 lo supera en el uso de todos o casi todos los días con un 15,4% pero no en el de cuatro o tres días por semana donde no arroja datos.

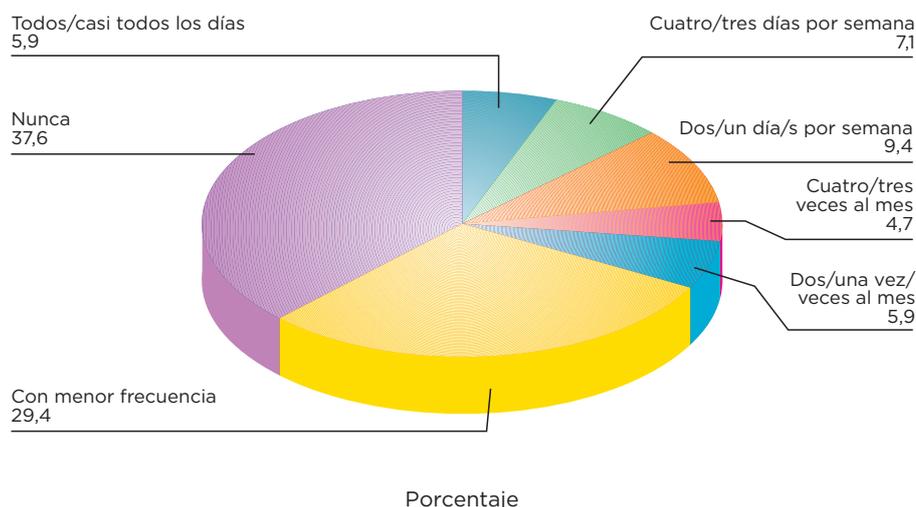
En cuanto a la temática de dichas revistas los viajes (39,7%), la decoración (37%) y salud y belleza (32,9%) se sitúan entre los formatos preferidos, seguidos de corazón y suplementos literarios de prensa (26%). En la cola, son los temas esotéricos, astrológicos y los horóscopos los que presentan un porcentaje menor (2,7%) seguido de cerca por el cómic y los fanzines con un 4,1%.

Por su parte, los **libros profesionales** presentan cifras sensiblemente inferiores a las de los no profesionales: un 10,6% de los encuestados afirma usarlos todos o casi todos los días (15,2% de los varones y 7,7% de las mujeres) siendo la mayor franja de edad de 50 años en adelante (11,1%), el sector funcionario (12,3%) y el grupo profesional de los licenciados (17,6%). En el otro extremo, aunque con porcentaje superiores, el 18,8% del PAS no lee nunca libros profesionales (21,2% de las mujeres y 15,2% de los hombres) con una franja de edad mayoritaria menor de 35 años (26,3%), a la que, curiosamente, se le supone una superior necesidad formativa, al sector funcionario (16,9%) y al grupo de Graduados Escolares o FP1 (33,3%).

Las **revistas profesionales** rebajan lógicamente y ampliamente los porcentajes: sólo un 2,4% las lee todos o casi todos los días (3% de los varones y 1,9% de las mujeres), con una franja de edad entre 40 y 4 años (7,7%), una posición de funcionario (3,1%) y un grupo preferente de licenciados (5,9%) seguido por el de estudios de Bachiller o FP2 (3,8%). Mientras, un abrumador 29,4% reconoce no leerlas nunca, con un 30,3% de varones, un 28,8% de mujeres, una banda de edad entre 35 y 39 años con el 45,5% y unos estudios de Graduado Escolar o FP1 (53,5%).

El uso de los servicios públicos de lectura —**bibliotecas**— concentra porcentajes bastante bajos ya que un 37,6% afirma no acudir nunca a ellos y un 29,4% con menor frecuencia de una o dos veces al año. Sólo el 5,9% asiste todos o casi todos los días a las mismas y el 7,1% entre tres y cuatro días por semana. La biblioteca del centro de la Universidad en la que trabaja (56,6%) y la biblioteca municipal (50,9%) son los espacios más visitados mientras que el tradicional préstamo (56,6%) o la consulta de libros (45,3%) se erigen en los servicios más solicitados. Ganan terreno el préstamo de música y películas (39,6%) y permanecen enraizados hábitos como el estudio (15,1%), o la lectura de prensa (15,1%). Los servi-

### ¿Con qué frecuencia acude a la biblioteca?

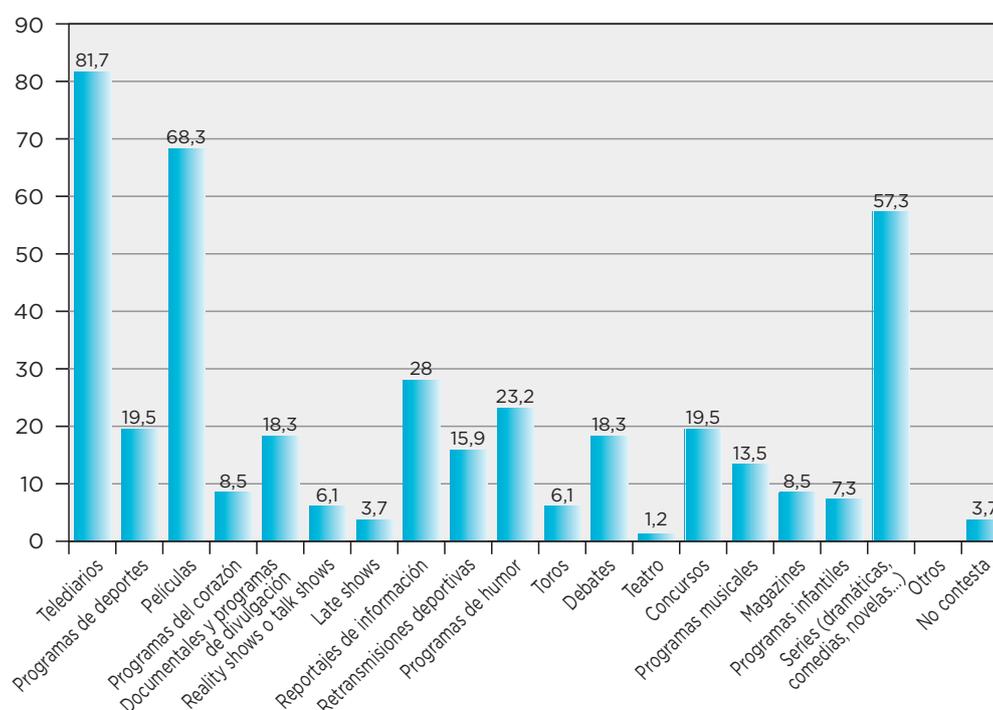


cios electrónicos son utilizados a menudo (31,4%) o algunas veces (34,3%) siendo el grado de satisfacción general de las **bibliotecas universitarias** de un 3,94 sobre 5.

#### 4. TELEVISIÓN

Pese a la penetración doméstica de las nuevas tecnologías, la televisión continúa ostentando un destacado peso social que se refleja en el tiempo diario que este colectivo dedica diariamente a verla: una media de 100,54 minutos en días laborales y 140,23 minutos en festivos. La franja horaria preferida es la noche (74,4%) seguida a mucha distancia de la tarde (20,7%), algo lógico si tenemos en cuenta los horarios laborales del PAS centrados en la mañana.

Programas de TV que suelen ver\*



\* Respuesta múltiple

Los programas de televisión que suelen ver son básicamente telediarios e informativos (81,7%), películas (68,3%) y series (57,3%) produciéndose a continuación un salto porcentual hasta el 28% de los reportajes de información, programas de humor (23,2%) y los de deportes y concursos (19,5%). Los canales de pago tiene una penetración doméstica relativa (22,4%)

#### 5. RADIO

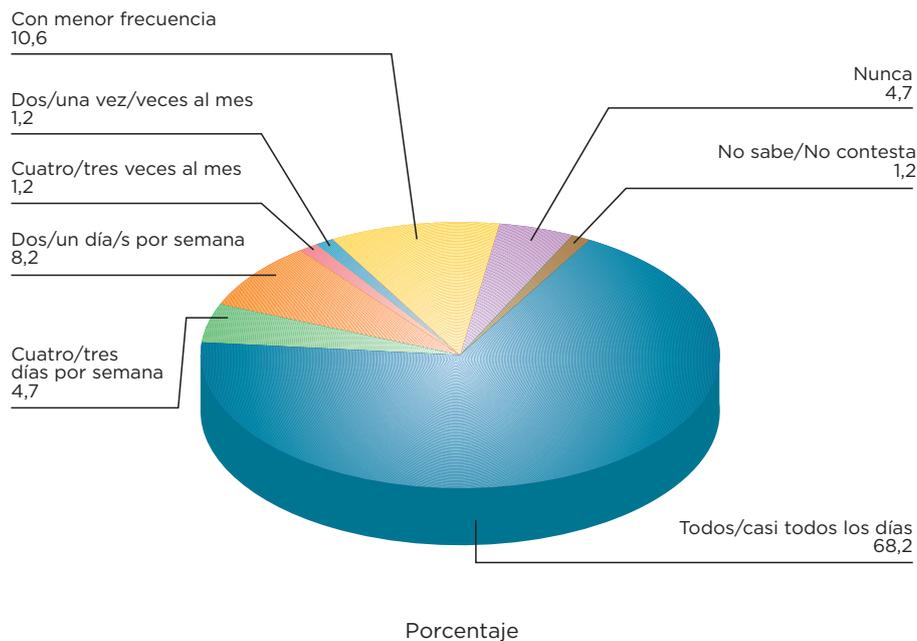
Algo parecido sucede con la radio, un medio de comunicación que mantiene su presencia pese a la competencia de las nuevas tecnologías: de hecho, un 68,2% del PAS de la UNIA escucha la radio todos o casi todos los días y sólo un 4,7% no lo hace nunca. Internet tampoco ha desbancado a los programas musicales de un liderazgo (69,1%) perseguido por los informativos (63%) y los magazines (25,9%).

#### 6. INFORMÁTICA / INTERNET / TELEFONÍA

La introducción doméstica de la informática es casi total entre el PAS de la UNIA: un 91,8% dispone de un ordenador en casa siendo su uso personal y compartido al 50%.

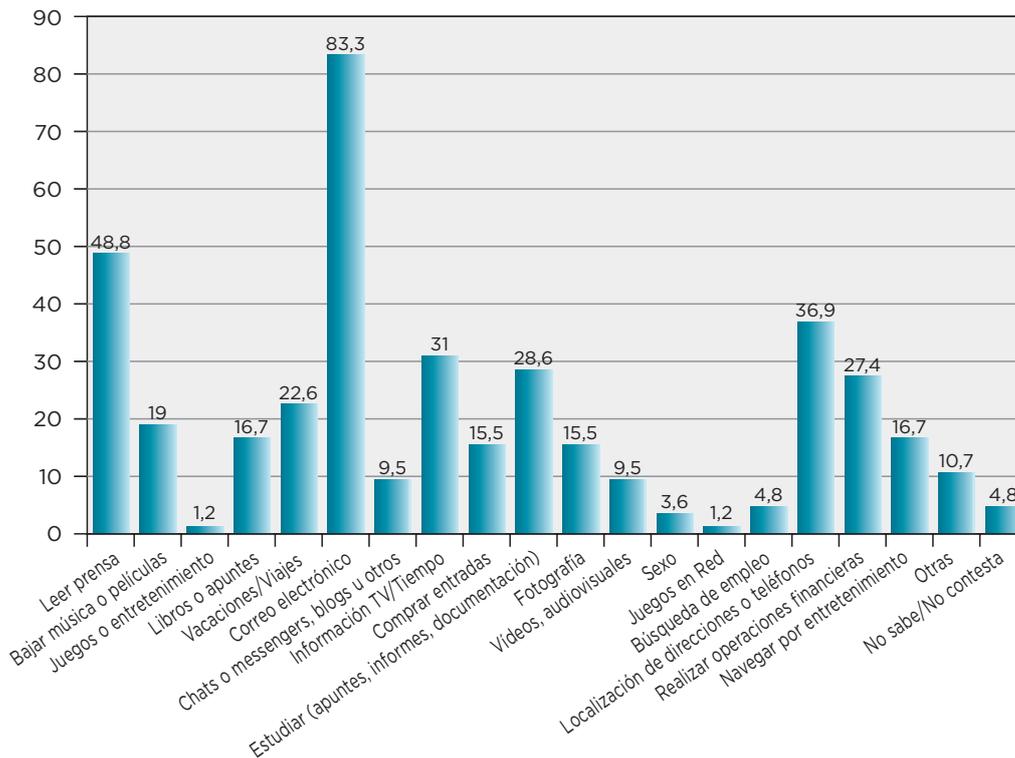
Entre quienes disponen de ordenador, un 62,8% tiene contratado servicio de Internet en casa, en su mayoría con tarifa plana (52%). No obstante, la conexión laboral de dicha red conduce a su principal uso en la Universidad (75,3%) seguido de la casa con un 52,9%.

### ¿Con qué frecuencia escucha la radio?



El uso que se le da a Internet es preferentemente el correo electrónico ((83,3%), seguido de la lectura de prensa (48,8%), la localización de direcciones o teléfonos (36,9%), la información y el tiempo (31,%) , la realización de operaciones financieras (27,4%) y las vacaciones y viajes (22,6%)

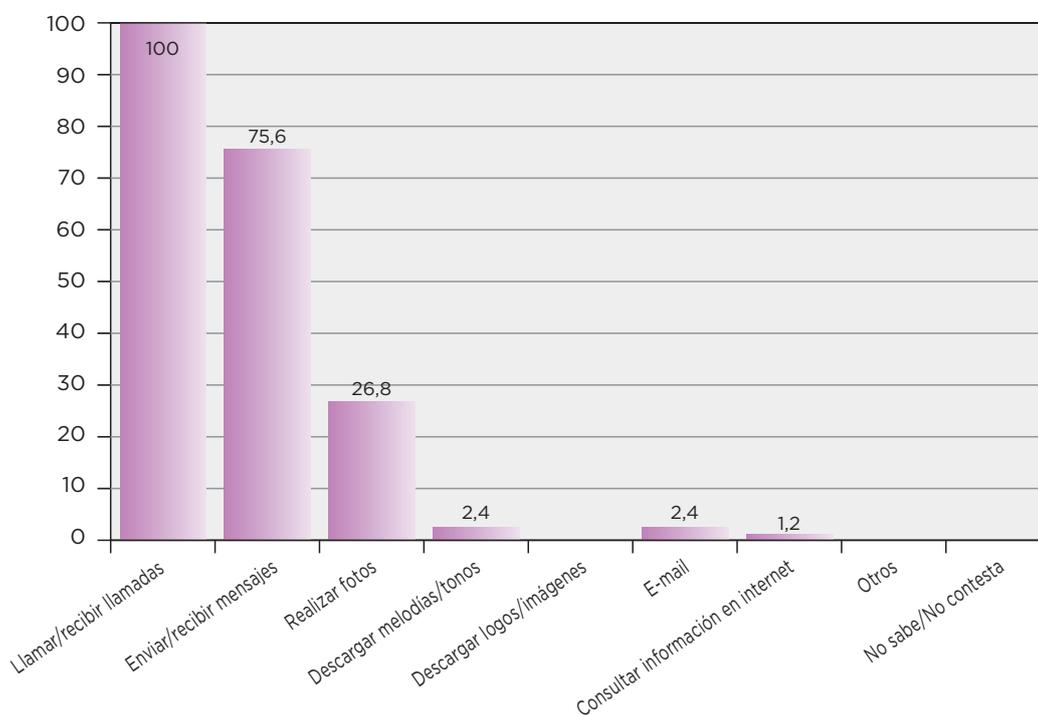
### Usos que realizan a Internet\*



\* Respuesta múltiple

El 96,5% del PAS tiene teléfono móvil dedicándolo básicamente a la recepción y envío de llamadas (100%) pero también al de mensajes (75,6%) o a realizar fotos (26,8%).

### Usos que realizan del móvil\*



\* Respuesta múltiple

## 7. CINE

La competencia con otras actividades culturales relacionadas con las nuevas tecnologías y el incremento del ocio doméstico, han conducido al cine a un importante descenso de usuarios: sólo el 4,7% de los encuestados afirma asistir al cine una vez por semana y un 10,6% dos o tres veces al mes, mientras que el 36,5% sólo acude alguna vez al año y el 7,1% nunca. Las mujeres acuden más regularmente al cine que los hombres (19,2% más de una vez al mes frente al 9,1% de los varones) siendo el grupo de edad de mayor frecuencia el comprendido entre los 45 y 49 años (12,5% del mismo). La formación parece determinante en el uso de este servicio: de hecho el grupo profesional que más lo frecuenta es el de los licenciados. El 23,5% de los cuales asiste al menos una vez por semana mientras que el 21% de los que poseen estudios de Bachiller, FP2, Graduado escolar o FP1 no acude nunca.

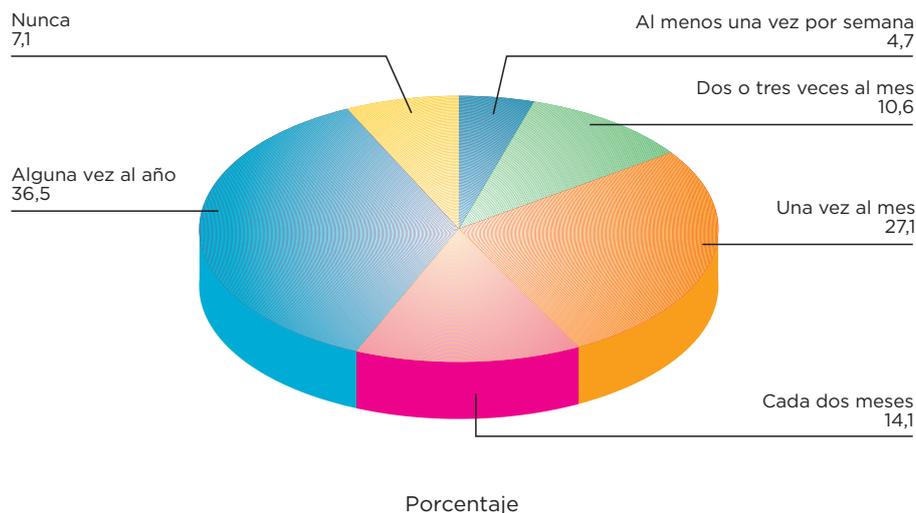
En cuanto a la tipología de las películas, el 60,8% se decanta por el cine español, el 53,2% por el norteamericano y el 49,4% por el europeo.

La respuesta de la oferta a la demanda es buena dado que el 76% de los encuestados afirman encontrar siempre, casi siempre o de vez en cuando las películas que quiere ver en la cartelera de la ciudad donde vive.

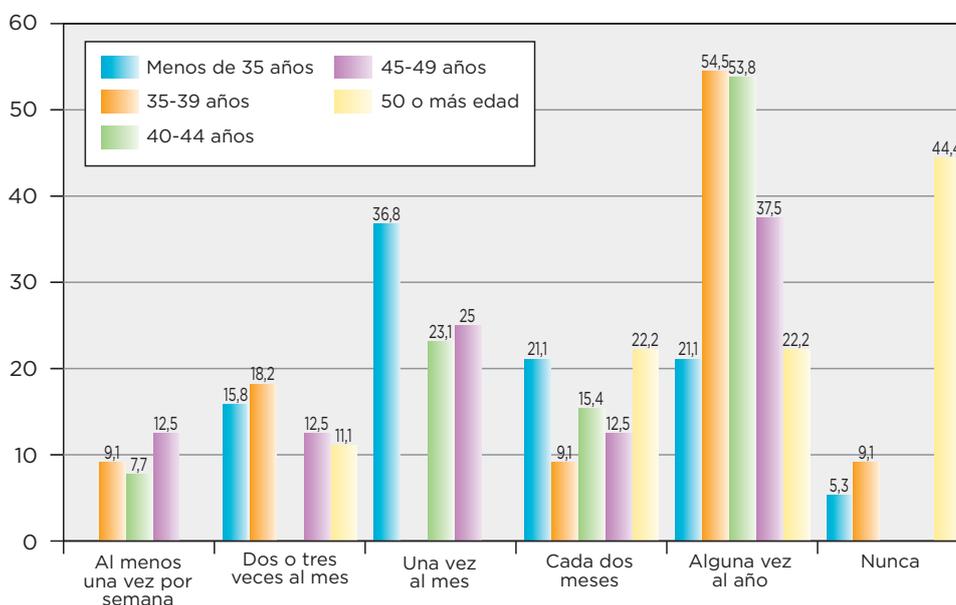
La competencia entre los formatos denota un incremento de las películas bajadas de Internet u on-line con un 1,93 de cada diez películas mientras que la televisión abierta sigue copando con 4,54 de cada diez, seguida de las salas de cine (2,49) y la televisión de pago (1). El descenso de uso del videoclub (0,82) también es un dato acorde con las actuales tendencias culturales.

La oferta cinematográfica de la Universidad es seguida alguna vez por un 42,3% de los encuestados pero un 37,6% dice no asistir nunca. La valoración de la calidad (7,58) y la variedad (7,59) es notable.

### ¿Con qué frecuencia va al cine?



### ¿Con qué frecuencia va al cine? según grupos de edad

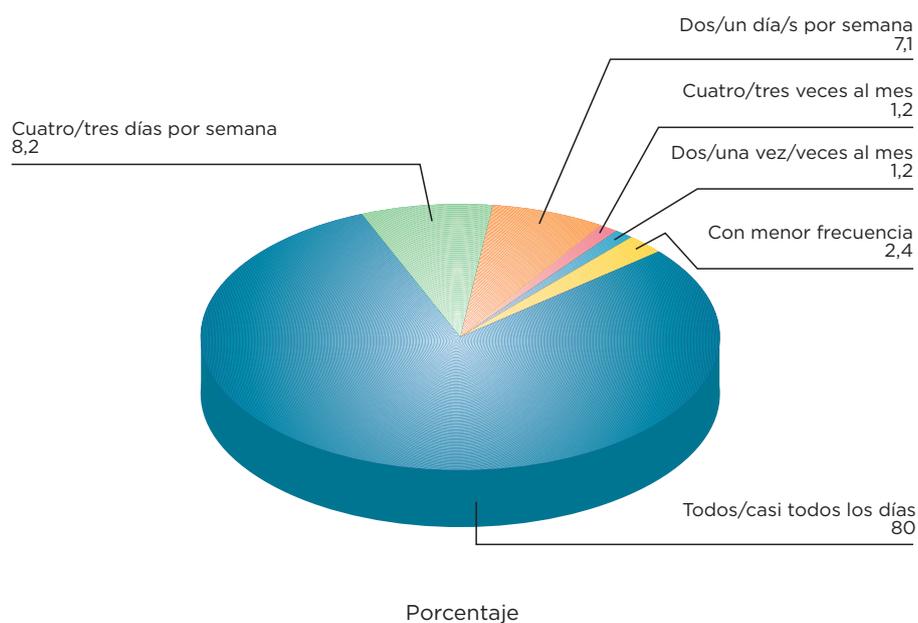


## 8. MÚSICA

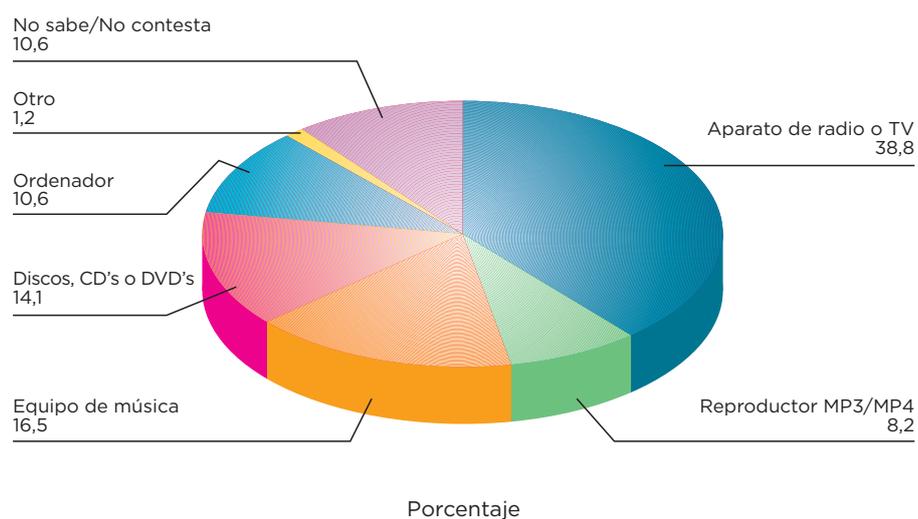
Los estudios dicen que nunca se ha escuchado tanta música como en este momento. Y los datos arrojados por esta encuesta confirman que el 80% del PAS de la UNIA escucha música todos o casi todos los días mientras que sólo un 2,4 lo hace con menos frecuencia de una o dos veces al mes.

El dispositivo más utilizado para escuchar música es el aparato de radio o televisión (38,8%), seguido del equipo de música (16,5%). Pese a su mayor presencia social, el reproductor de MP3 o MP4 (8,2%) aún no compite en este sector con los formatos tradicionales. No obstante, el 55,3% reconoce tener reproductor de estos formatos.

### ¿Con qué frecuencia escucha música?



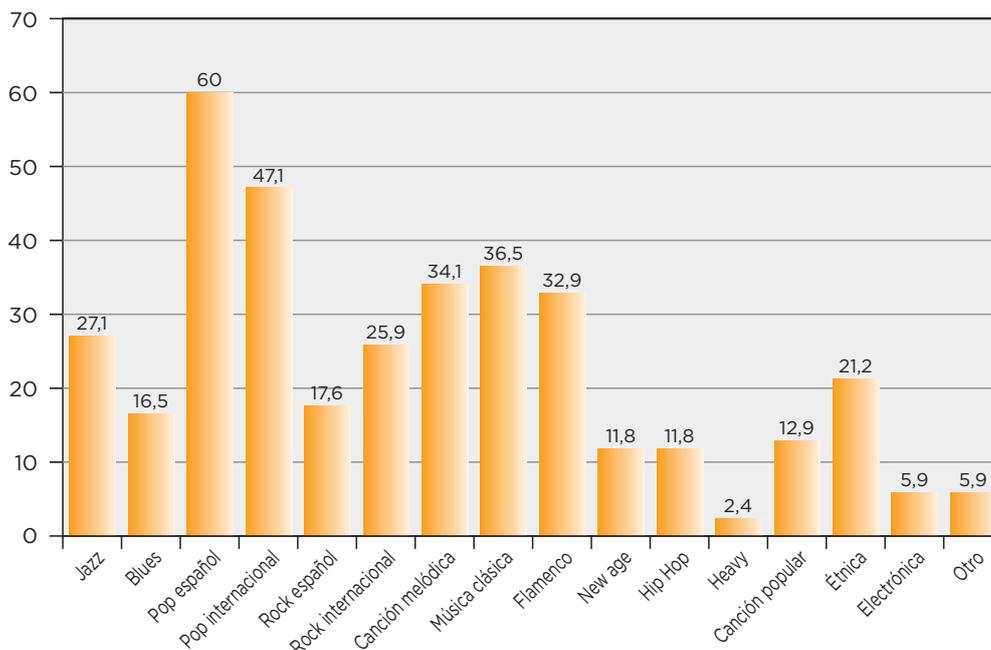
### ¿En qué dispositivo escucha música con más frecuencia?



El tipo de música favorita es el pop español (60%). Le siguen el pop internacional (47,1%), la música clásica (36,5%), la canción melódica (34,1%) y el flamenco (32,9%). En la cola, el heavy (2,4%) o la música electrónica (5,9%) parecen no gozar de las preferencias de los entrevistados.

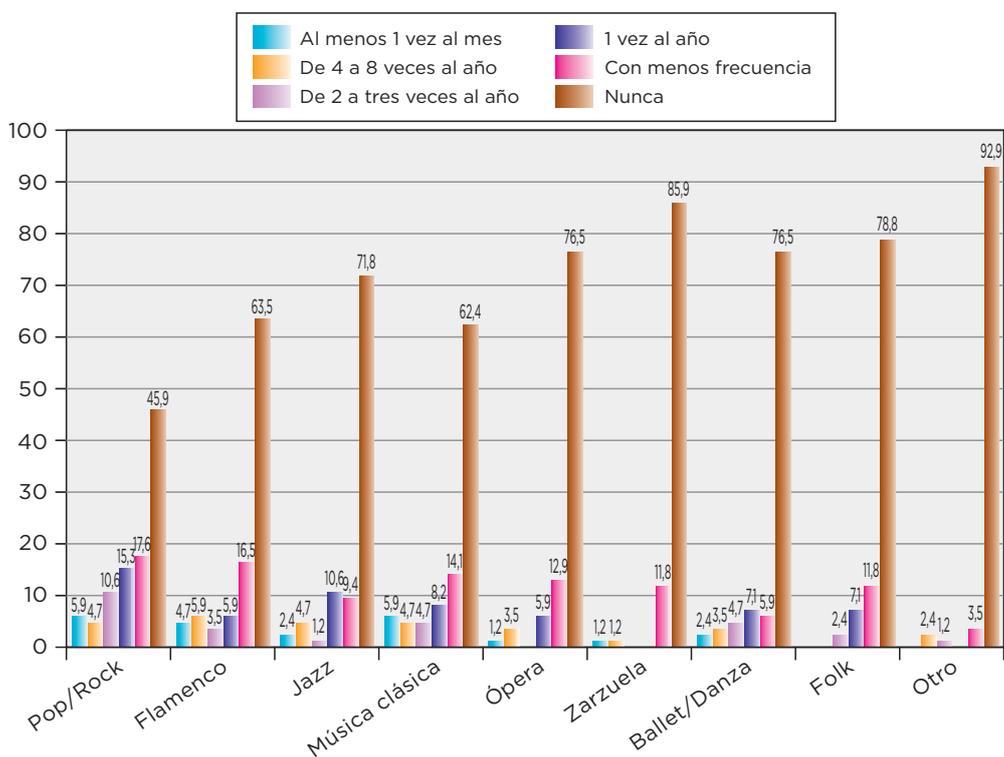
En cuanto a los lugares donde escucha música el PAS de la UNIA, destacan el coche (75,3%), la casa (71,8%) seguidos muy de lejos por los conciertos (20%). Los preferidos son los de rock y pop, y, a continuación, los de clásica, flamenco y jazz. La zarzuela aparece como el género musical con menos visitas a sus conciertos.

### Tipo de música favorita\*



\* Respuesta múltiple

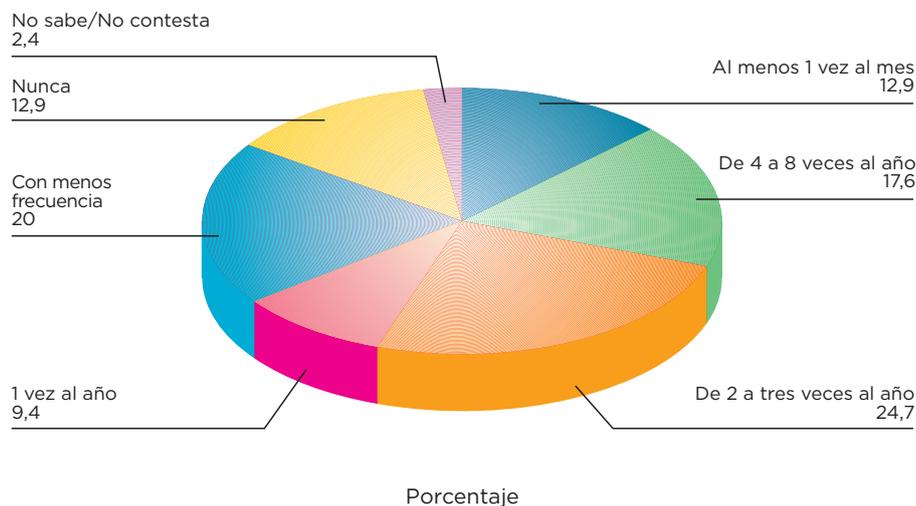
### Asistencia a actuaciones musicales



## 9. TEATRO

El interés por el teatro es aceptable (3,3 sobre 5) y un importante porcentaje afirma asistir al menos una vez al mes (12,9% con 15,4% de las mujeres y 9,1% de los varones), de 4 a 8 veces a año (17,6% con 19,2% de las mujeres y 15,2 de los varones) o de 2 a 3 veces al años (24,7% con 25% de las mueres y 24,2 de los varones) mientras que un 12,9% (11,5% de las mujeres y 15,2% de los hombres) no lo hace nunca.

### ¿Con qué frecuencia asiste a obras de teatro?



Entre quienes asisten, las bandas entre los 45 y 49 y de más de 50 años copan los mayores porcentajes de asistencia (al menos una vez al mes) mientras que la comprendida entre 35 y 39 años tiene un 45,5% de individuos que asisten con menos frecuencia de una vez al año.

El equilibrio es mayor si tomamos como referencia el grupo social al que se pertenece: no existen diferencias sustanciales entre los niveles de asistencia de al menos una vez al mes estando la horquilla entre el 16,7% de los diplomados y el 11,5% de los estudios de Bachiller o FP2 con un 11,5%. Un mayor contraste se produce entre quienes no asisten nunca al teatro: del 15,3% de los estudios de Bachiller o FP2 a los 8,3% de los Diplomados.

## 10. DEPORTES

Un 49,4% de los encuestados asevera practicar habitualmente algún deporte. La horquilla discurre entre el 87,5% de la franja de edad entre los 45 y 49 años y los 23,1% de entre los 40 y 44 años. Una diferencia en la que deben tener bastante que ver tanto las razones de salud como las estéticas.

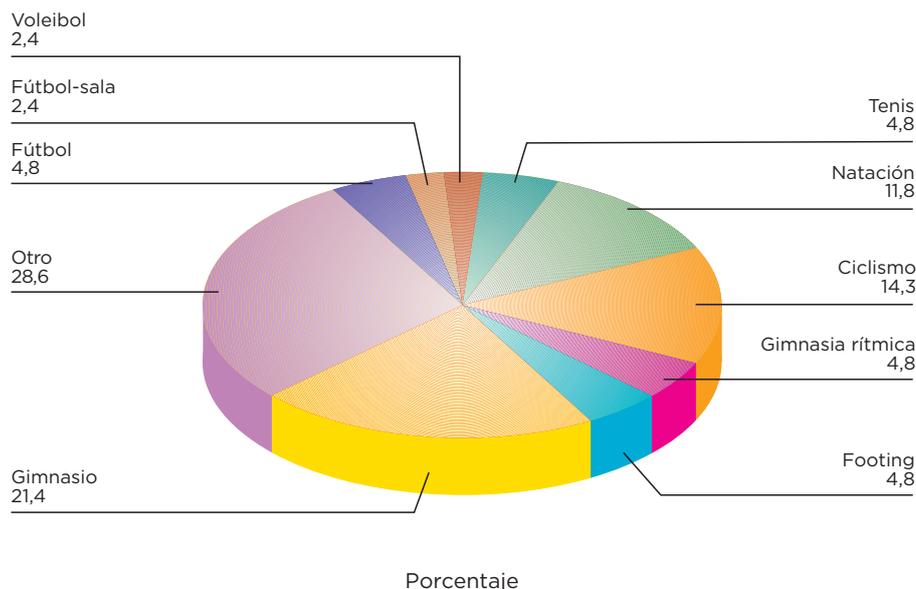
Del porcentaje que afirma practicar habitualmente un deporte, un 47,6% lo hace todos los días, un 38,1% alguna vez por semana, un 7,1% alguna vez al mes y un 4,8% con menor frecuencia.

La relación con el grupo profesional no tiene porque ser determinante aunque destacan los diplomados (75%) y licenciados (52,9%) seguidos de Graduados Escolares o FP1 (46,7%) y los estudios de Bachiller o FP2 (38,5%).

En relación al tipo de deporte un 33,3% se decanta por el ciclismo, un 26,2% por el gimnasio, un 23,8% por la natación, un 14,3% por el footing, un 11,9% por el tenis y un 9,5% por el fútbol. A la hora de señalar a su deporte principal, el 21,4% apunta hacia los de gimnasio (21,4%), el ciclismo (14,3%) y la natación (11,9%).

La asistencia a competiciones deportivas queda suscrita por un 11,8%, siendo la mayoritaria el fútbol (60%) además del tenis, el padel o la gimnasia rítmica con un 20% respectivamente.

¿Cuál es el principal?

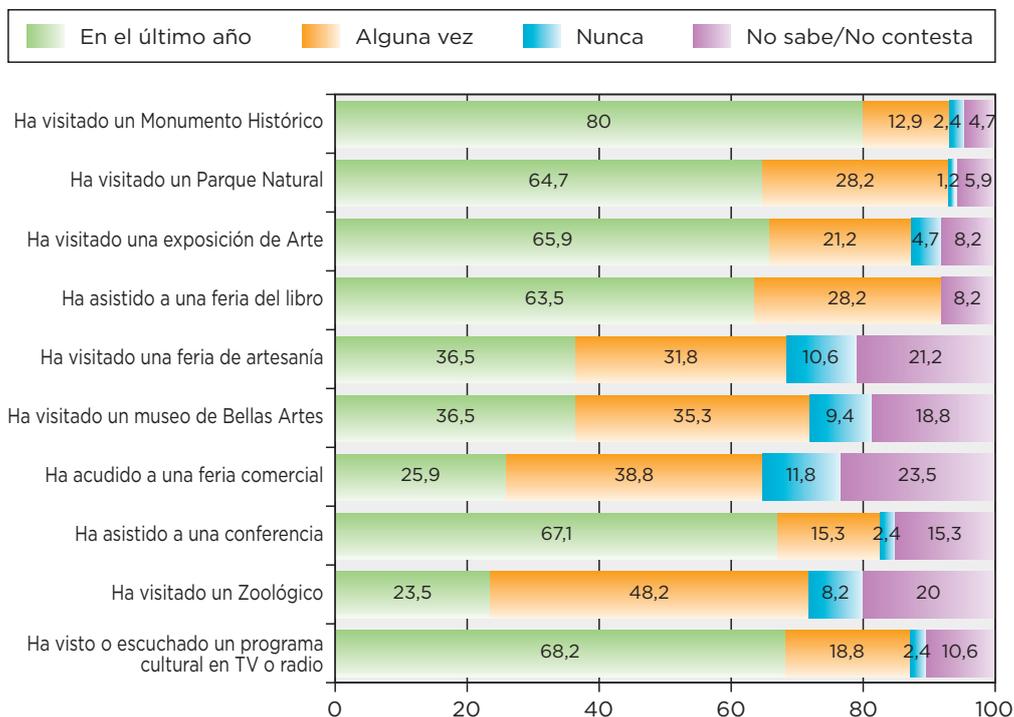


11. OTRAS ACTIVIDADES RELACIONADAS CON LA CULTURA

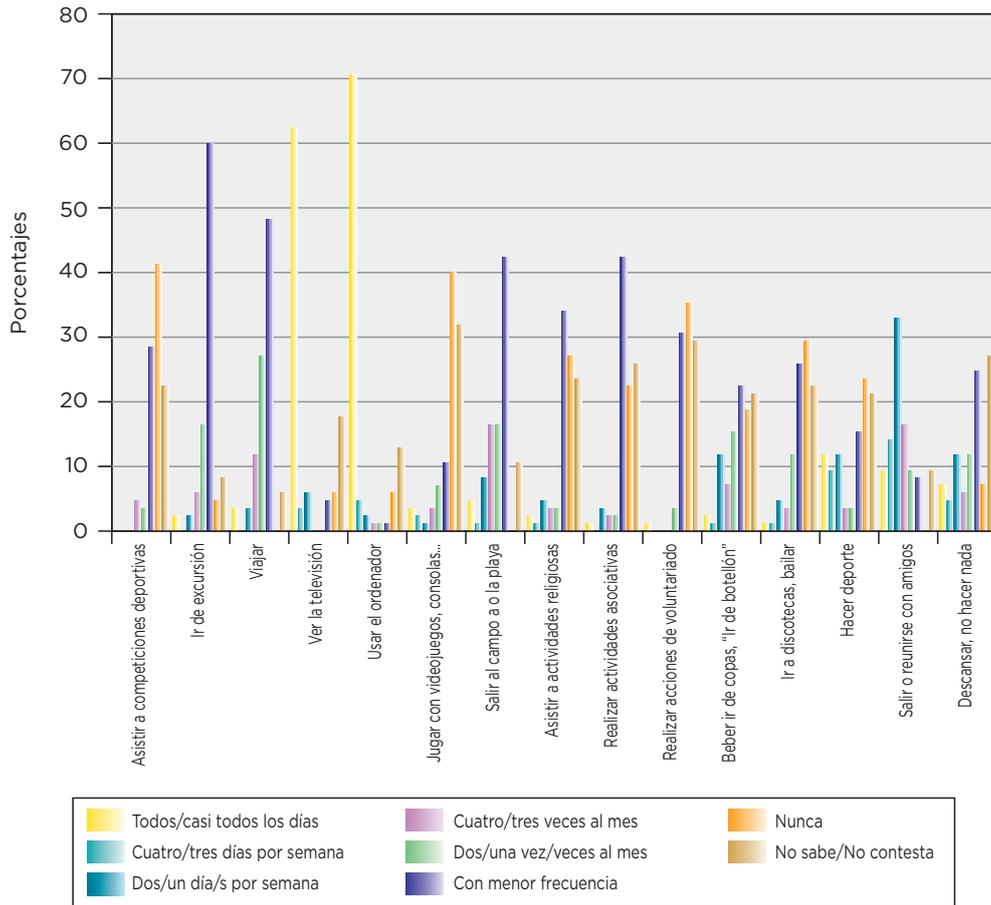
El 80% de los encuestados afirma haber visitado un monumento en el último año, el 68,2% ha visto o escuchado un programa cultural en radio o televisión, el 67,1% ha asistido a una conferencia, el 65,9% ha visitado una exposición de arte, el 64,7% ha visitado un parque natural y el 63,5% lo ha hecho con una feria del libro.

El ocio diario se ocupa preferentemente con el ordenador (70,6%) o viendo la televisión (62,4%). Otras actividades como hacer deporte (11,8%) quedan muy alejadas de tales porcentajes. El PAS de la UNIA dedica una media de 11,38 horas semanales al ocio y gasta una media de 69,77 euros mensuales en cultura.

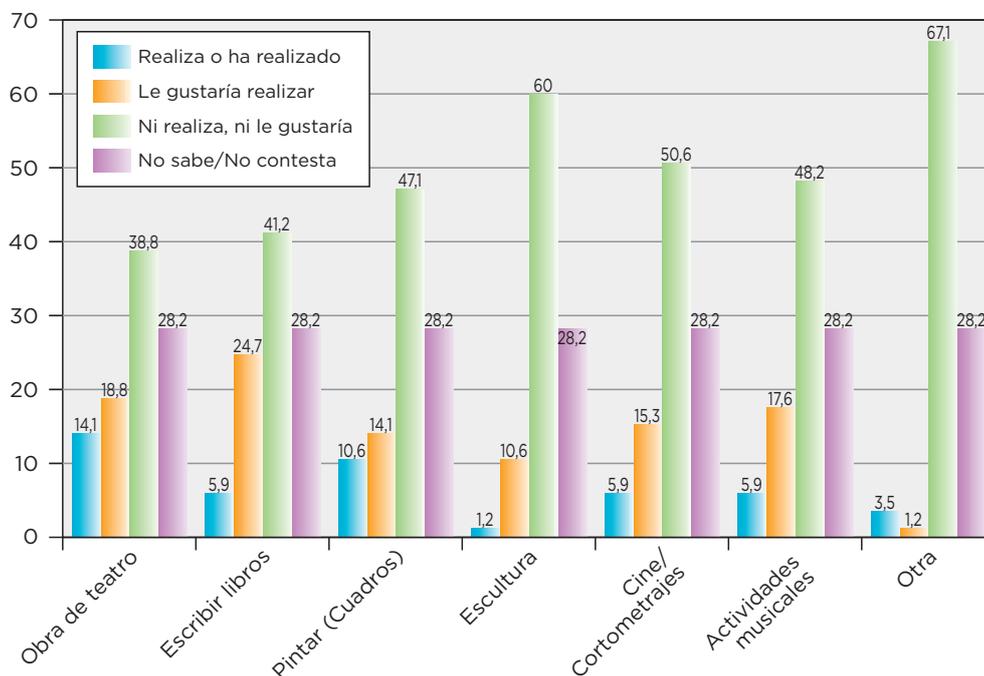
Otras actividades relacionadas con la cultura



### Ocio



### Artes escénicas



El ámbito creativo también interesa al PAS de la UNIA aunque en un pequeño grado: sólo un 14,1% realiza o ha realizado teatro, al 18,8% le gustaría y al 38,8% no. La horquilla se desplaza hasta el 60% que no realiza ni le gustaría acercarse a la escultura o el 50,6% al cine o a los cortometrajes, ambos desde un prisma creativo.

## 12. OFERTA CULTURAL DE LA UNIA

El PAS de la UNIA valora con una nota de 6,30 sobre 10 la oferta cultural de su Universidad y acude frecuentemente (20%) o alguna vez (57,6%) mientras que sólo el 7,1% afirma no acudir nunca.

### ¿Con qué frecuencia asiste a las actividades culturales que se realizan desde la Universidad?

