



Informe de Resultados
“Ocio Nocturno en la
Comunidad de Madrid”

*Presentado a: ECO - Asociación
madrileña de
empresarios por la
calidad del Ocio*

D. Dionisio Lara

ASAP^o
operational

7 de enero de 2003

I.	<i>Objetivos y metodología</i>	<i>Pág..</i> 3
II.	<i>Preferencias generales de ocio</i>	<i>Pág..</i> 14
III.	<i>El ciclo de la salida nocturna</i>	<i>Pág..</i> 33
IV.	<i>Valoración de la oferta de ocio nocturno</i>	<i>Pág..</i> 65
V.	<i>El impacto del ocio nocturno en el entorno</i>	<i>Pág..</i> 83
	<i>Conclusiones</i>	<i>Pág..</i> 100



I. Objetivos y Metodología

1. Objetivos y Metodología

1.1. Antecedentes: un ocio cada vez más importante pero más “denostado”

-  Las actividades de ocio, y en especial, el ocio nocturno, se han convertido en poco tiempo en un fenómeno social de primer orden.
-  Esta importancia creciente del ocio para los madrileños contrasta con el tratamiento que los medios de comunicación aplican en ocasiones (con una especial relevancia de los aspectos más “negativos y sensacionalistas” relacionados con el ocio). Parece que lo único destacable del ocio son los aspectos negativos que lleva aparejado.
-  Este tratamiento informativo del ocio contribuye a generar una imagen negativa del sector y sus profesionales que no siempre responde a la realidad, porque deja de lado algunos aspectos clave del ocio y sus implicaciones.

1. Objetivos y Metodología

1.2. Antecedentes: el reto de un ocio cada vez más masificado y nocturno



Frente a esta situación, los empresarios de ocio madrileño se enfrentan al reto de un ocio cada vez más generalizado y más nocturno:

- ← En los últimos años, asociado a las mejoras en la calidad de vida, se ha producido un incremento del ocio que disfrutaban los ciudadanos.
- ← No obstante, un ocio generalizado en una gran ciudad remite a todos los problemas de la masificación y a ellos se enfrentan los empresarios.
- ← Los empresarios afrontan el reto de un ocio cada vez más nocturno, porque los ciudadanos han desplazado su ocio hacia horas más tardías (tanto dentro como fuera del hogar) y eso afecta tanto a quien se divierte como a quien no lo hace.



En suma, los empresarios madrileños asumen el reto de una oferta de ocio de calidad en consonancia con la importancia social del ocio en esta Comunidad.

1. Objetivos y Metodología

1.3. Antecedentes: la necesidad de poner las cosas en su sitio



El presente estudio aporta información para abordar el tema en diferentes planos:

- Los hábitos y preferencias de ocio de los madrileños y madrileñas.
- Sus expectativas de servicio en lo que se refiere al ocio nocturno, no sólo en los horarios, sino también en el tipo de atención, música...
- Su opinión en cuanto al impacto del ocio nocturno en la vida ciudadana (ruidos nocturnos, tráfico, aparcamiento...).
- Las demandas de los ciudadanos en relación con el ocio (seguridad, transporte público, aparcamiento...) y que no se dirigen sólo a los empresarios del ocio, sino a las autoridades.
- La responsabilidad y el esfuerzo que hacen cada uno de los actores sociales (ciudadanos, empresarios, poderes públicos) para conseguir un ocio mejor.

1. Objetivos y Metodología

1.4. Finalidad y objetivos de presente trabajo

Finalidad

Conocer los hábitos de ocio en la Comunidad de Madrid y analizar la evolución y expectativas de los madrileños en estos últimos años, tanto en lo que se refiere a ocio en general como a ocio nocturno.

Objetivos

- 1 *Análisis de las preferencias de ocio en la Comunidad de Madrid.*
- 2 *Descripción del comportamiento en el ocio nocturno en la Comunidad de Madrid: días y horarios de salida, secuencia de establecimientos visitados...*
- 3 *Valoración de la actual oferta de ocio nocturno en la Comunidad de Madrid: expectativas cubiertas y no cubiertas, calidad de los locales, servicio recibido, “calidad del producto” (música, cena...), servicios complementarios (ej.: aparcacoches).*
- 4 *Opinión y expectativas de los madrileños en lo que se refiere a aspectos relacionados con el ocio nocturno y su impacto en la vida ciudadana: seguridad, facilidad de transporte, aparcamiento, ruido...*

1. Objetivos y Metodología

1.5. La muestra: ¿quién nos ha dado su opinión?



Las conclusiones del presente trabajo se han obtenido a partir de las opiniones de 900 personas residentes en la Comunidad de Madrid. Todos los entrevistados realizaron una descripción sobre hábitos de ocio y opiniones acerca del ocio nocturno a partir de un cuestionario cerrado.



Las características de los entrevistados aseguran que el conjunto de opiniones vertidas representa adecuadamente la opinión de los madrileños:

- Se han realizado 900 entrevistas a personas residentes de la Comunidad de Madrid.
- Se entrevistaron proporciones iguales de hombres y mujeres.
- La edad de los entrevistados está comprendida entre los 18 y los 70 años.
- Los entrevistados fueron seleccionados de forma aleatoria en 111 rutas de recogida de información desarrolladas a partir de 17 puntos de cabecera.



Esta muestra nos permite una información de “alta calidad”: El margen de error para este tamaño muestral es de 3,2%, con un nivel de confiabilidad del 95%.

1. Objetivos y Metodología

1.6. La muestra: la opinión de los que más salen por la noche



Además, hemos tenido especialmente en cuenta la opinión de aquellas personas que salen de noche con una cierta frecuencia:

- Las personas que más salen por la noche han respondido a un módulo especial de preguntas sobre sus hábitos de ocio nocturno.
- Se trata de personas que realizan salidas de ocio nocturno (a partir de las 10 de la noche) al menos una vez al mes.



Nuevamente, las características de los entrevistados aseguran que el conjunto de opiniones vertidas representa adecuadamente la opinión de los madrileños:

- 533 entrevistas personales a residentes de la Comunidad.
- 287 se hicieron a hombres y 246 a mujeres.



Esta muestra permite también una información de “alta calidad”: El margen de error para este tamaño muestral es de 4,2%, con un nivel de confiabilidad del 95%.

1. Objetivos y Metodología

1.7. Descripción de la entrevista

Tipo de entrevista

- La información se recogió a partir de un cuestionario cerrado...
- En entrevistas realizadas en persona en el domicilio del entrevistado.
- La duración media de las entrevistas fue de 25 a 30 minutos para aquellas personas que salen de noche al menos una vez al mes y de 20 minutos para el resto.

Contenido de la entrevista

- 1 Datos de clasificación
- 2 Hábitos de ocio y tiempo libre
- 3 Descripción de las salidas nocturnas (sólo para quienes lo hacen al menos una vez al mes)
- 4 Valoración de la oferta de ocio nocturno en la Comunidad de Madrid
- 5 Impacto del ocio nocturno en el entorno
- 6 Opiniones sobre el ocio nocturno y sus implicaciones

1. Objetivos y Metodología

1.8. Análisis de la información



Toda la información fue analizada según las siguientes variables de segmentación:

- **Sexo:** masculino, femenino
- **Edad** de los entrevistados: 18 a 28 años, 29 a 39 años, 40 a 54 años y 55 a 70 años
- **Tipo de hábitat:** esta variable tiene cinco categorías. Cada una agrupa las localidades según sus propias características. Estas son:
 - **Tipo I:** incluye solo a la gran urbe de la Comunidad, la ciudad de Madrid.
 - **Tipo II:** centros urbanos de la Comunidad, ciudades importantes en términos demográficos y económicos que han crecido rápidamente en los últimos años. Ej.: Alcalá de Henares.
 - **Tipo III:** ciudades más chicas pero en crecimiento. Aún no forman un núcleo urbano totalmente consolidado. Tienen mucha presencia de gente joven. Ej.: Tres Cantos.
 - **Tipo IV:** pueblos pequeños en crecimiento, con presencia de gente joven. Ej.: Soto el Real.
 - **Tipo V:** pueblos envejecidos, con escasa actividad industrial y comercial. Ej.: El Molar.



Además se hicieron análisis estadísticos especiales (análisis de cluster) que permiten una mejor comprensión de algunos fenómenos.

1. Objetivos y Metodología

1.9. Tipo de hábitat: Ficha técnica



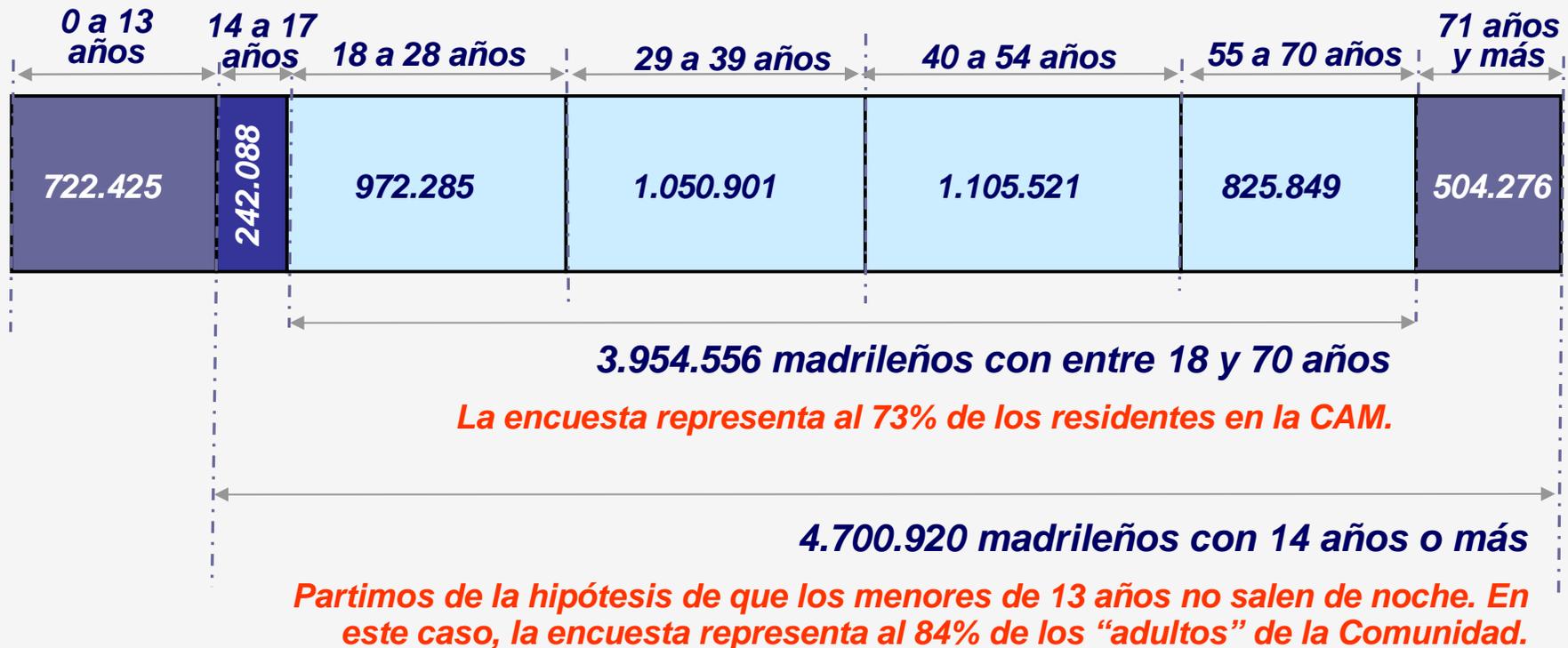
	0 a 13	14 a 17	18 a 28	29 a 39	40 a 54	55 a 70	>71	TOTAL
Tipo 1 (Madrid)	337.505	111.947	482.768	555.180	563.115	521.018	367.190	2.938.723
Tipo 2 Ej.: Alcalá Henares	268.305	97.664	381.668	351.884	406.010	234.981	94.870	1.835.381
Tipo 3 Ej.: Tres cantos	49.314	13.275	42.145	58.529	55.188	21.323	8.663	248.437
Tipo 4 Ej.: Soto el Real	44.541	12.339	42.023	55.823	51.227	26.020	15.044	247.017
Tipo 5 Ej.: El Molar	22.760	6.863	23.681	29.485	29.981	22.508	18.508	153.787
TOTAL CAM	722.425	242.088	972.285	1.050.901	1.105.521	825.849	504.276	5.423.345

FUENTE: INE – Censo de Población y Vivienda 2001



1. Objetivos y Metodología

1.10. Segmentación por edad: ficha técnica



FUENTE: INE – Censo de Población y Vivienda 2001



II. Preferencias Generales de Ocio

2. Actividades de ocio realizadas

2.1. Tipología del ocio en la Comunidad de Madrid



Se ha realizado una tipología de los madrileños por su preferencia de lugar de ocio (dentro / fuera de casa) y de horario (día / noche).

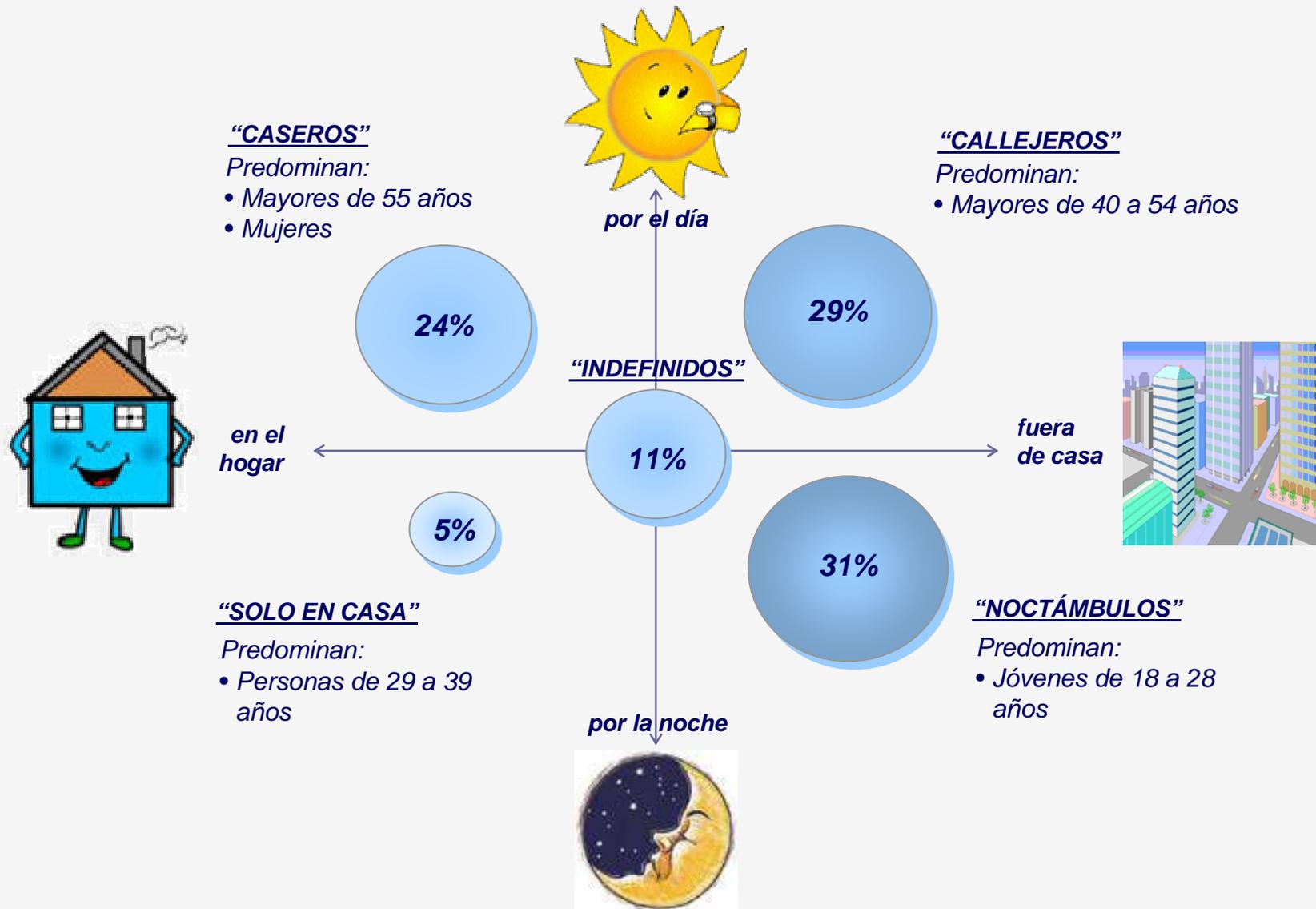


De acuerdo con estas preferencias se distinguen cinco grupos en la población:

- ← **NOCTÁMBULOS:** les gusta realizar su ocio fuera de su casa y preferentemente de noche. Principalmente, son los jóvenes de 18 a 28 años. Representan el 31% de los madrileños.
- ← **CALLEJEROS:** al igual que los “noctámbulos”, prefieren salir de sus casas para entretenerse pero de día. Son las personas de 40 a 54 años que por sus obligaciones familiares no pueden salir de noche con la frecuencia deseada. Es el 29% de la población.
- ← **CASEROS:** como a los “Callejeros”, les gusta entretenerse de día pero dentro de sus casas. Este segmento está integrado en mayor medida, por población mayor de 55 años y por mujeres. El 24% de los habitantes de la Comunidad se insertan en esta categoría.
- ← **SOLO EN CASA:** les gusta entretenerse dentro de los hogares durante la noche. Son muy pocos, apenas el 5% de la población. En este grupo predominan las personas de 29 a 39 años.
- ← **INDEFINIDOS:** no tienen preferencias ni de horarios ni de lugar para realizar actividades de ocio. Está formado tanto por personas jóvenes –menores de 28 años- como adultos – 40 a 55 años-. Es el 11% de la población.

2. Actividades de ocio realizadas

2.1. Tipología del ocio en la Comunidad de Madrid



2. Actividades de ocio realizadas

2.2. Frecuencia con la que se realizan actividades de ocio



Las actividades de ocio se dividen en tres grupos de acuerdo con la frecuencia con la que se realizan:

← OCIO HABITUAL (todos los días):

- Se trata, principalmente, de un ocio **individual**.
- Los entretenimientos **en el hogar** definen este tipo de ocio, principalmente la TV, música y lecturas. En esta categoría también se inscriben, aunque con menos frecuencia, la informática y las compras.

← OCIO FRECUENTE (una vez por semana):

- Se trata de un ocio **social**.
- La mayor parte de las actividades relacionadas a este tipo de ocio se desarrollan **fuera del hogar**. Tienen lugar en bares y restaurantes, salidas de copas y baile y práctica de deportes. Dentro del hogar, cobran importancia las reuniones con amigos.

← OCIO OCASIONAL (una vez al mes):

- Este tipo de ocio puede ser **social o individual**.
- Caracterizan en mayor medida este tipo de ocio las actividades culturales –cine, teatro-, los espectáculos de masas, los deportes al aire libre, los viajes y, en menor medida, los hobbies manuales dentro del hogar.

2. Actividades de ocio realizadas



2.2. Frecuencia con la que se realizan actividades de ocio

Frecuencia de realización de actividades de ocio

		TODOS LOS DIAS	ALGUNAS VECES POR SEMANA	UNA VEZ POR MES	NO REALIZA	
		%	%	%	%	
Ocio habitual	Individual	TV, música, lectura	75	16	2	7
	En el hogar	Informática	17	16	7	60
Ocio frecuente	Social Fuera del hogar	Compras y consumo	13	48	26	13
		Bares y restaurantes	4	36	37	23
		Copas y baile	1	27	20	52
		Reuniones con amigos	3	26	28	43
		Deportes	6	17	9	68
Ocio Ocasional	Mixto en cuanto a lugar y tipo de participación	Cultura (cine, teatros...)		20	46	34
		Viajes		2	26	72
		Espectáculos de masas		9	23	68
		Aire libre		6	23	71
		Hobbies manuales	5	10	12	73
		Fiestas populares		2	10	88

Base: 900 casos

2. *Actividades de ocio realizadas*

2.2. *Frecuencia con la que se realizan actividades de ocio*



Hay dos tipos de actividades de ocio que son comunes a todos los madrileños sea cual sea su edad:

- ← El lugar de honor del ranking del ocio lo ocupan actividades “clásicas” de ocio individual: ver la televisión, escuchar música o leer libros.
- ← El segundo “lugar común” del ocio de los madrileños con independencia de su edad son las visitas a bares y restaurantes.



La importancia del resto de actividades de ocio varía con la edad:

- ← Entre los más jóvenes (18 a 28 años) destaca la importancia de las salidas de copas y del ocio relacionado con la informática.
- ← Entre los 29 y los 39 años comienza a cobrar peso las salidas de compra.
- ← La población maduros (40 a 54 años) La barrera de los 40 no altera el perfil actividades de ocio pero si reduce su intensidad.
- ← Los mayores (55 a 70 años). Cobran importancia hobbies manuales dentro del hogar...

2. Actividades de ocio realizadas

2.2. Frecuencia con la que se realizan actividades de ocio



Algunas claves:

- ← **Las compras son un ocio importante y frecuente.** Para 6 de cada 10 entrevistados ir de compras es un ocio semanal; para la cuarta parte de ellos, las compras son un ocio diario.
- ← Los madrileños desarrollan un ocio hedonista, donde la comida y la bebida tienen un lugar privilegiado: **1.420.000** madrileños van a bares y restaurantes al menos una vez a la semana y **160.000** lo hacen todos los días.



El ocio nocturno es una actividad frecuente y mayoritaria entre los ciudadanos de la Comunidad de Madrid:

- ← Casi tres millones de madrileños ven la tele después de las 23:00 h, de los cuales casi la mitad (1.328.887) siguen viendo la tele entre las 3 y las 6:00 h de la madrugada.
- ← El 59% de los madrileños de 18 a 70 años salen de noche, al menos, una vez al mes.
- ← Como se verá más adelante, un 40% de los entrevistados acuden a cenar fuera de casa después de las 23:00 h, al menos una vez por mes.

2. Actividades de ocio realizadas

2.2. Frecuencia con la que se realizan actividades de ocio (1/3)

Ranking de ocio (habitual + frecuente) según edad de la población: las 5 actividades que más se realizan

	18 a 28 años %	29 a 39 años %	40 a 54 años %	55 a 70 años %
TV, música, lectura	93	89	91	89
Informática	59	36	19	8
Compras y consumo	52	67	66	60
Bares y restaurantes	61	43	29	22
Copas y baile	62	27	9	3
Reuniones con amigos	37	37	24	13
Deportes	35	20	17	16
Cultura (cine, teatros...)	29	22	14	10
Viajes	2	3	2	3
Espectáculos de masas	12	9	10	5
Aire libre	8	6	6	3
Hobbies manuales	9	18	14	18
Fiestas populares	3	2	3	1



2. Actividades de ocio realizadas

2.2. Frecuencia con la que se realizan actividades de ocio (2/3)

Ranking de ocio (habitual + frecuente) según edad de la población: las 6 actividades que más se realizan

18 a 28 años	29 a 39 años	40 a 54 años	55 a 70 años
TV, música, lecturas	TV, música, lecturas	TV, música, lecturas	TV, música, lecturas
Copas y baile	Compras y consumo	Compras y consumo	Compras y consumo
Bares y restaurantes	Bares y restaurantes	Bares y restaurantes	Bares y restaurantes
Informática	Reuniones con amigos	Reuniones con amigos	Hobbies manuales
Compras y consumo	Informática	Informática	Deportes
Reuniones con amigos	Copas y baile	Deportes	Reuniones con amigos

2. Actividades de ocio realizadas

2.2. Frecuencia con la que se realizan actividades de ocio (3/3)

A tener en cuenta

- ← **En términos de ocio, a partir de los 30 años los madrileños son personas “maduras”.** El perfil de ocio de los madrileños cambia poco a partir de los 30 años; las personas realizan las mismas actividades que cuando eran más jóvenes, pero con menor intensidad.
- ← Sólo a partir de los 55 años, se reduce de forma significativa el ocio social.
- ← Copas y baile se mantienen en un lugar destacado en el ranking de frecuencia hasta los 40 años: se trata del segundo ocio en frecuencia para los más jóvenes y es un ocio “frecuente” para más de la cuarta parte de los treintañeros.
- ← La informática gana peso entre los madrileños y entra entre los 5 ocios más frecuentes entre los 30 y los 55 años.

2. Actividades de ocio realizadas

2.3. El ocio preferido

Se ha preguntado a los habitantes de la Comunidad de Madrid por el ocio que prefieren y se les ha dado la posibilidad de escoger los 3 tipos de ocio preferidos:

-  El primer lugar del ranking lo ocupa un ocio individual que se desarrolla dentro del hogar: **ver la TV, escuchar música, lecturas**. Casi la mitad de los entrevistados (48%), menciona este ocio entre sus tres preferidos.
-  Le siguen **cine, teatro....** Que entran en el ranking de preferencias algo menos de un tercio de los entrevistados (29%).
-  Otras dos actividades entran en el ranking de preferencias para la cuarta parte de los entrevistados: **bares y restaurantes (26%)** y **salir de compras (25%)**.

2. *Actividades de ocio realizadas*

2.3. *El ocio preferido*



Más allá de este ranking general, las preferencias de la población varían en función de la edad:

- ← Los menores de 28 prefieren actividades de mayor “intensidad”: salir de copas, entretenerse con un ordenador y practicar deportes.
- ← Sobrepasada la barrera de los 30, el ocio social comienza a volverse más tranquilo: pierden fuerza las copas en beneficio de salidas a espectáculos (cine, teatro), a las salidas a bares y restaurantes y a las reuniones con amigos.
- ← A partir de los 40, gana fuerza el ocio consumista, que sobrepasa en preferencia incluso a los espectáculos y a las salidas “gastronómicas”.



Entre hombres y mujeres también hay diferencias.

- ← Las mujeres prefieren, en mayor medida, las salidas de compras y las reuniones con amigos...
- ← ...Mientras que entre los hombres hay mayor inclinación al ocio social: ir a bares y restaurantes, salir de copas.

2. Actividades de ocio realizadas

2.3. El ocio preferido (1/2)



Ranking de ocio preferido según edad y género de la población

	TOTAL	18 a 28 años	29 a 39 años	40 a 54 años	55 a 70 años	Hombres	Mujeres
	%	%	%	%	%	%	%
TV, música, lectura	48	38	47	52	59	48	48
Cultura (cine, teatro...)	29	27	33	32	23	27	31
Bares y restaurantes	26	25	28	29	21	30	23
Compras y consumo	25	18	26	33	25	17	34
Reuniones con amigos	23	21	26	27	16	20	26
Copas y baile	21	47	19	9	1	24	18
Informática	14	27	15	8	3	18	10
Deportes	13	21	9	10	9	16	9
Viajes	11	11	13	7	16	10	12
Espect. de masas (fútbol...)	11	10	12	11	8	15	6
Aire libre	10	9	9	13	8	10	10
Hobbies manuales	8	3	9	10	13	7	10
Fiestas populares	3	3	2	3	4	3	2

Base: 900 casos

2. Actividades de ocio realizadas



2.3. El ocio preferido (2/2)

Ranking de ocio preferido según edad

18 a 28 años	29 a 39 años	40 a 54 años	55 a 70 años
Copas y baile	TV, música, lecturas	TV, música, lecturas	TV, música, lecturas
TV, música, lecturas	Cultura (cine, teatro...)	Compras y consumo	Compras y consumo
Cultura (cine, teatro...)	Bares y restaurantes	Cultura (cine, teatro...)	Cultura (cine, teatro...)
Informática	Compras y consumo	Bares y restaurantes	Bares y restaurantes
Bares y restaurantes	Reuniones con amigos	Reuniones con amigos	Viajes
Reuniones con amigos	Copas y baile	Aire libre	Reuniones con amigos

Base: 900 casos

2. Actividades de ocio realizadas

2.4. Los horarios del ocio

-  El grueso de las actividades de ocio se desarrollan entre la frontera del día y la noche; entre las 6 de la tarde y las 10 de la noche.
-  **Durante los últimos años se ha producido un desplazamiento de las franjas horarias mayoritarias lo que nos diferencia, cada vez más, de los usos sociales europeos.** Los datos no sorprenden; en la Comunidad de Madrid se realizan la gran mayoría de las actividades a horarios relativamente “tardíos”, en comparación, por ej. con otros europeos. 6 de cada 10 encuestados dice estar realizando compras entre las 6 de la tarde y las 10 de la noche: mientras una familia española está de compras, una familia francesa, alemana o británica está cenando.
-  No obstante, el ocio no acaba a las 10 de la noche y se constatan que numerosos madrileños continúan realizando con una cierta habitualidad actividades de ocio después de las 23 horas:
 - ← Copas y baile: 1.700.000 personas.
 - ← TV, música, lecturas: 2.900.000 personas.
 - ← Bares y restaurantes: 1.220.000 personas

2. Actividades de ocio realizadas

2.4. Los horarios del ocio

El ocio tardío



El 36% de los entrevistados, (unos 1.328.887 madrileños), dice ver la TV o escuchar música más tarde de las 3 de la mañana cuando tiene posibilidad de ello.



Como ya se ha indicado, el 40% de los entrevistados dice prolongar sus cenas fuera de casa más allá de las 11 de la noche.



La actividad nocturna por antonomasia son las copas y baile: La gran mayoría de quienes realizan salidas de copas y baile al menos una vez al mes (unas 1.700.000 personas en la Comunidad) comienzan a partir de las 11 de la noche. Uno de cada tres (unos 600.000) continúan más allá de las 5 de la madrugada.

2. Actividades de ocio realizadas

2.4. Los horarios del ocio

Horario de las actividades de ocio

	11 a 13 hs. %	14 a 17 hs. %	18 a 22 hs. %	23 a 2 hs. %	3 a 6 hs. %	7 a 10 hs. %
Cultura (cine, teatro...)	1	3	84	33		
TV, música, lectura	3	13	40	79	36	1
Espectáculos de masas	1	6	78	26	1	
Reuniones con amigos	4	18	75	37	3	
Informática	12	20	71	23	1	
Bares y restaurantes	7	31	64	40	3	1
Fiestas populares	8	5	48	51	13	1
Compras y consumo	42	24	65	3		
Hobbies manuales	26	29	51	8		
Deportes	43	18	46	2	1	
Aire libre	43	21	16	3	2	3
Viajes	44	11	12	3	1	5
Copas y baile		2	22	89	38	7

Base: personas que realizan cada actividad de ocio.

2. Actividades de ocio realizadas

2.5. Problemas para disfrutar del ocio

El “bolsillo” y la masificación



Los entrevistados coinciden en señalar dos grandes “trabas” al disfrute de su ocio:

- ← En primer lugar, si los madrileños disfrutamos de “tanto ocio como nos gustaría” es por un problema de recursos: no disponemos de suficiente tiempo y dinero para ello.
- ← Y, más allá de eso, los madrileños sufrimos en nuestro ocio los problemas inherentes a la “masificación”: tráfico, colas, aglomeraciones...



A estos problemas “generales” de todo ocio, hay que sumar un “plus” específico a actividades como copas o las fiestas populares: temor a altercados y delincuencia, suciedad...

2. Actividades de ocio realizadas

2.5. Problemas para disfrutar del ocio

Dificultades para disfrutar el ocio

	Dificulta- des de tráfico %	Horarios %	Inseguri- dad %	Colas %	Caro %	Falta de tiempo %	El ambiente %	Ninguno %
Cultura (cine, teatro...)	18	5	6	19	30	18	2	28
Bares y restaurantes	16	3	7	9	29	13	4	35
Viajes	11	1	1	2	26	24	1	42
Compras y consumo	29	6	6	29	24	16	1	27
Espectáculos de masas (fútbol)	18	4	7	21	22	11	6	30
Copas y baile	16	6	17	15	18	10	13	26
Aire libre	5	2	1	1	10	22	1	52
Deportes	3	5	1	2	6	22	2	54
Fiestas populares	4	2	6	12	4	7	10	45

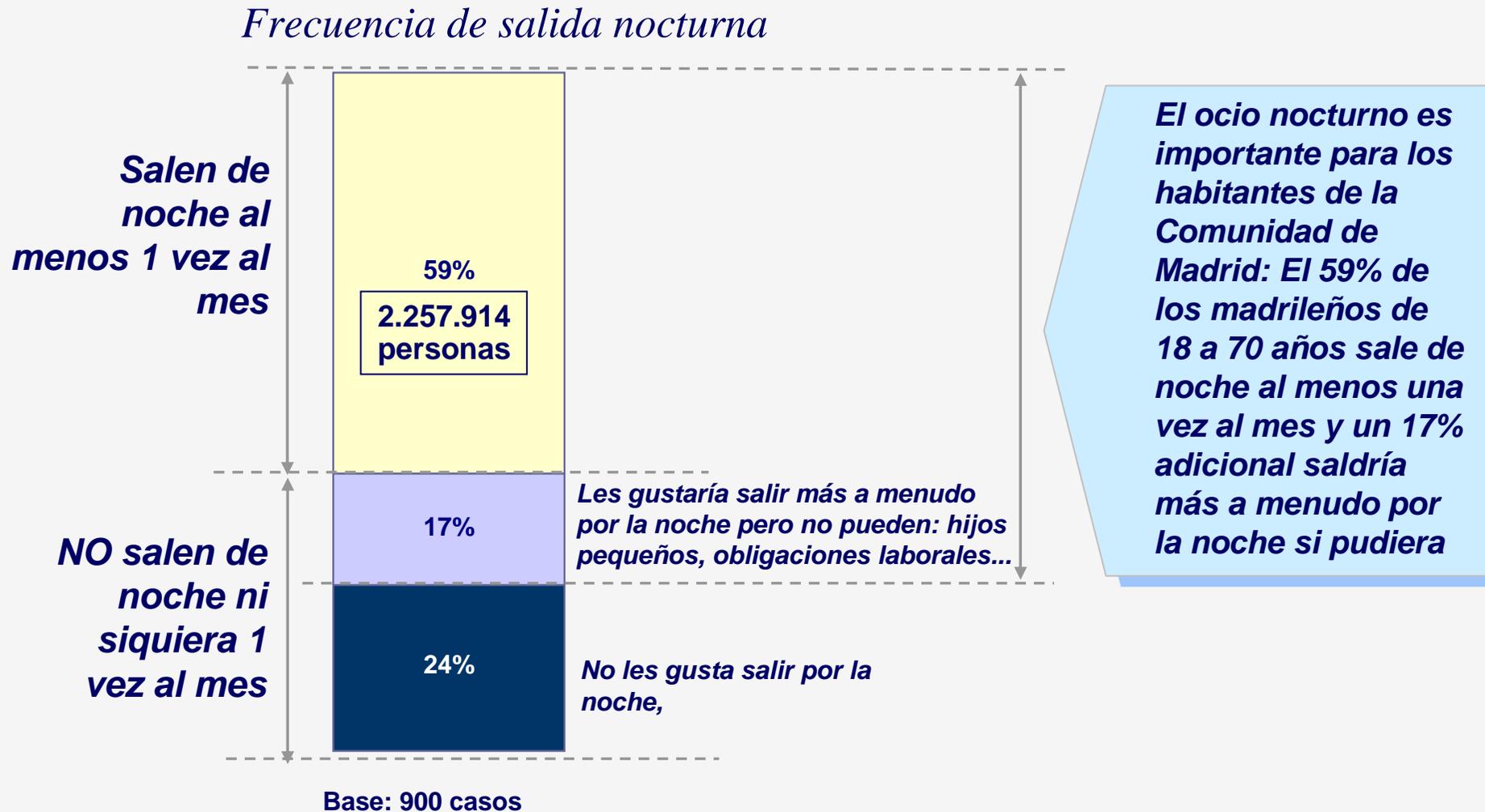
Base: 900 casos



III. El Ciclo de Salida Nocturna

3. El ciclo de salida nocturna

3.1. Frecuencia de salidas nocturnas (1/2)



3. El ciclo de salida nocturna

3.1. Frecuencia de salidas nocturnas (2/2)

-  Los **hombres** salen más que las mujeres (64% vs. 55%).
-  Los más **jóvenes** salen más por la noche que los más maduros: el 44% de las personas que salen por la noche son menores de 28 años.
-  **No obstante, entre la población adulta se mantiene una frecuencia de salidas nocturnas bien significativa:** El 50% de la población de 40 a 54 años sale por la noche, al menos, una vez al mes. El 10% sale todos los fines de semana.

Frecuencia de salida nocturna

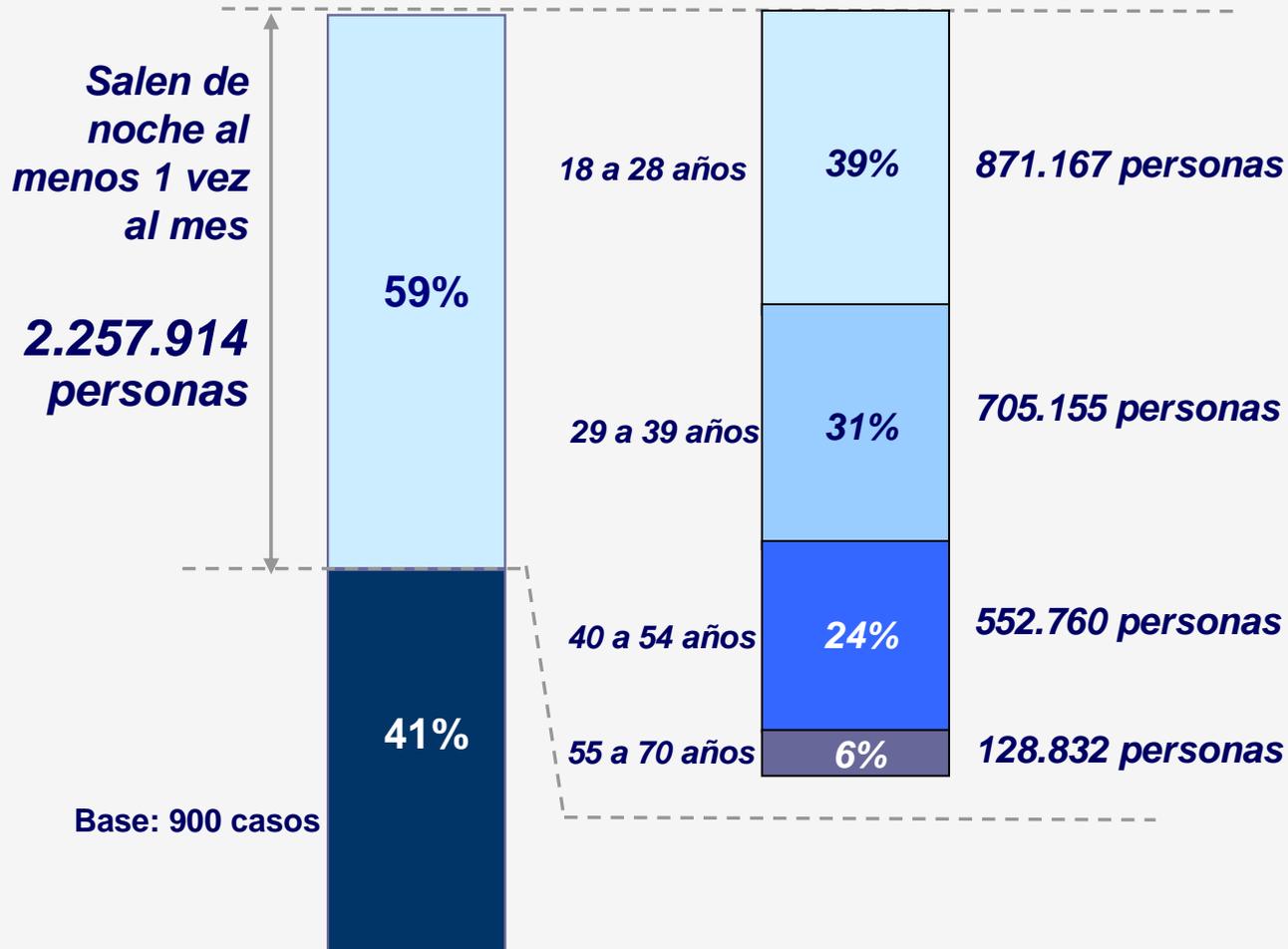
	TOTAL	18 a 28 años	29 a 39 años	40 a 54 años	55 a 70 años	Hombres	Mujeres
	%	%	%	%	%	%	%
Todos los días	1	2	1			1	
Varias veces por semana	11	28	9	3	1	14	8
Al menos una vez a la semana	15	32	15	7	1	17	14
Varias veces al mes	12	14	19	10	4	12	12
Al menos una vez al mes	20	13	24	30	10	20	20
Con menos frecuencia	22	7	20	32	28	19	24
Nunca	19	4	12	18	56	17	22

Base: 900 casos

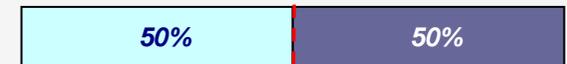
3. El ciclo de salida nocturna

3.2. La edad de quienes salen de noche

Edad de las personas que salen de noche



el 90% de los menores de 28 años sale de noche al menos una vez al mes



sólo el 16% de los mayores de 55 años sale de noche al menos una vez al mes

3. *El ciclo de salida nocturna*

3.3. *La oferta de ocio en la Comunidad de Madrid*



En general, podemos afirmar, que los madrileños están satisfechos con la oferta de ocio que existe en la Comunidad (75%) y además creen que es mejor que la oferta de ocio que hay en otras comunidades (50%).



Las críticas a la oferta de ocio en la comunidad de Madrid no son importantes en ningún grupo de población.

- ← Los más satisfechos con la oferta de ocio de la Comunidad son los más jóvenes
- ← Si analizamos el tipo de hábitat, los más satisfechos son los vecinos de las poblaciones pequeñas de la Comunidad.
- ← En el lado opuesto, los más críticos, aunque levemente, son los mayores de 40. A partir de los 55, esas ligeras críticas se convierten en desconocimiento

3. El ciclo de salida nocturna

3.3. La oferta de ocio en la Comunidad de Madrid

Valoración de la oferta de ocio de la Comunidad de Madrid

	TOTAL	18 a 28 años	29 a 39 años	40 a 54 años	55 a 70 años	Hombres	Mujeres
	%	%	%	%	%	%	%
Positiva	75	74	75	78	60	78	71
Regular	20	22	20	17	20	18	22
Negativa	4	4	4	4	4	3	5
No sabe / no responde	1		1	1	16	1	2

Base: 533 personas que salen de noche al menos una vez al mes

Valoración de la oferta de ocio de Madrid en relación con otras CC.AA.

	TOTAL	18 a 28 años	29 a 39 años	40 a 54 años	55 a 70 años	Hombres	Mujeres
	%	%	%	%	%	%	%
Mejor	50	54	52	46	32	52	48
Igual	27	28	26	26	28	27	28
Peor	8	8	6	11	4	7	9
No sabe / no responde	15	10	16	17	36	14	15

Base: 533 personas que salen de noche al menos una vez al mes

3. *El ciclo de salida nocturna*

3.4. *La salida nocturna tipo*



Los hábitos de los madrileños que salen de noche coinciden, a grandes rasgos, en numerosos aspectos:

- ← Los lugares más frecuentados son los cines, bares y restaurantes.
- ← Se suele salir en grupos pequeños de amigos –no más de 5 personas-.
- ← En general, no se planifican las salidas con mucha antelación. Se improvisa sobre la marcha.
- ← El día típico para una salida nocturna es el sábado.
- ← Se sale entre las 20 y las 23 horas (62% de las personas) y se regresa entre las 2 y las 5 de la madrugada (41%).
- ← El gasto promedio por persona ronda entre los 21 y 50 euros por salida.
- ← El motivo que impulsa las salidas nocturnas es el encuentro con los amigos.
- ← En general se utiliza coche propio y se recorre entre 1 y 20 kilómetros para ir a un local.
- ← Se tiende a cambiar poco de locales, se recorre un mismo circuito.

3. *El ciclo de salida nocturna*

3.4. *La salida nocturna tipo*

 No todas las salidas nocturnas de los madrileños son iguales. Al analizar los matices que presentan las salidas nocturnas, observamos distintos perfiles.

 En concreto se distinguen 4 grandes “grupos” con conductas características.

 El “tradicional” (36%)

 El “lúdico” (25%)

 El “formal” (22%)

 El “cómodo” (17%)

3. *El ciclo de salida nocturna*

3.4. *La salida nocturna tipo: el “tradicional”*



EL “TRADICIONAL” (36%)

- ← Van en mayor medida al cine y a restaurantes.
- ← Salen con sus parejas.
- ← No planifican las salidas, improvisan.
- ← Salen entre las 20 y las 23 horas y regresan entre las 2 y las 5 de la madrugada.
- ← Gastan en promedio por persona entre 21 y 50 €.
- ← En general, utilizan su propio coche y recorren entre 1 y 20 kilómetros para ir a un local.
- ← Este grupo está integrado por igual cantidad de hombres que de mujeres y tienen entre 40 y 54 años.

3. *El ciclo de salida nocturna*

3.4. *La salida nocturna tipo*



EL “LUDICO” (25%)

- ← Es el segmento que realiza con mayor frecuencia salidas de copas y baile.
- ← Salen en grupos de amigos con más de 5 integrantes.
- ← Planifican las salidas unas horas antes.
- ← El inicio de la salida es tarde –entre las 23 y 2 de la mañana-. El regreso, por consiguiente, también es muy tarde –después de las 8 de la mañana-.
- ← Gastan en promedio por persona entre 11 y 20 €.
- ← Generalmente, utilizan transporte público y recorren entre 1 y 20 kilómetros para ir a un local.
- ← Es el único segmento donde los integrantes del grupo que sale junto, se separan a lo largo de la noche y cambian de local.
- ← Aquí hay mayor presencia de jóvenes de 18 a 28 años y de varones.

3. *El ciclo de salida nocturna*

3.4. *La salida nocturna tipo: el “formal”*



EL “FORMAL” (22%)

- ← Al igual que los “Tradicionales” van al cine, teatro y restaurantes.
- ← Salen con la pareja o en grupos reducidos de amigos.
- ← Planifican las salidas con mucha anticipación, algo que los “Tradicionales” no hacen.
- ← Salen entre las 20 y las 23 horas y regresan entre las 2 y las 5 de la madrugada.
- ← Son más gastadores que los “Tradicionales”. Gastan mucho dinero en cada salida, más de 50 € por persona.
- ← Utilizan su propio coche y recorren más de 20 kilómetros para ir a un local.
- ← En este grupo hay mayor presencia de hombres con una edad que varía entre los 29 y los 54 años.

3. *El ciclo de salida nocturna*

3.4. *La salida nocturna tipo*



EL “CÓMODO” (17%)

- ← No se destacan por ir a ningún sitio en especial.
- ← Salen solos, en mayor medida que el resto de las personas.
- ← Planifican las salidas con un día de anticipación.
- ← Las salidas suelen ser muy cortas, salen entre las 20 y las 23 horas y regresan en ese mismo horario.
- ← Gastan muy poco dinero, menos de 10 € en cada salida.
- ← Salen caminando y no se mueven del lugar donde viven.
- ← En este grupo hay mayor presencia de hombres que de mujeres.
- ← Son principalmente, personas mayores.

3. *El ciclo de salida nocturna*

3.5. *Lugares de ocio habitual*

*Espectáculo,
restaurantes
y copas*

- Los lugares elegidos por los madrileños para sus salidas nocturnas son, por este orden:, espectáculos (**cine o teatro**), restauración (**bares, restaurantes**) y **bares de copas**.
- La edad es determinante en las preferencias: los más jóvenes visitan frecuentemente discotecas y bares de copas. A medida que avanzamos en edad las copas pierden protagonismo a favor de bares y restaurantes.
- El sexo marca las preferencias: Mientras los hombres van más a discotecas, practican el botellón o alargan la salida en los after hours, las mujeres se inclinan más por el cine y los restaurantes.

3. *El ciclo de salida nocturna*

3.5. *Lugares de ocio habitual*

***Espectáculo,
restaurantes
y copas***

-  El 34% de las personas que salen de noche (más de 800.000 personas), acuden a discotecas con cierta frecuencia.
-  Esta tendencia es mayor en los grandes núcleos de población.
-  A medida que descendemos a pueblos con menor población, ganan peso bares y restaurantes sobre las salidas de “copas y baile”, y dentro de estas últimas, los bares de copas frente a las discotecas (menos frecuentes).

3. El ciclo de salida nocturna

3.5. Lugares de ocio habitual



Lugares de ocio nocturno habitual

	TOTAL	18 a 28 años	29 a 39 años	40 a 54 años	55 a 70 años	Hombres	Mujeres
	%	%	%	%	%	%	%
Cine / Teatro	77	73	74	85	80	71	83
Bares	70	73	75	67	36	73	67
Restaurantes	69	59	70	82	76	64	74
Bares de copas	64	81	64	47	4	65	63
Discotecas	34	55	26	13		38	30
Botellón	10	21	2			14	5
After hour	7	12	4	2		10	4
Escuelas de baile	4	3	2	5	8	2	5

Base: 533 personas que salen de noche al menos una vez al mes

3. *El ciclo de salida nocturna*

3.5. *Lugares de ocio habitual*

Lugares de ocio nocturno habitual

	TOTAL	Tipo I (Madrid)	Tipo II (Alcalá H.)	Tipo III (Tres Cantos)	Tipo IV (Soto el Real)	Tipo V (El Molar)
	%	%	%	%	%	%
Cine / Teatro	77	74	80	78	84	63
Bares	70	66	76	53	97	88
Restaurantes	69	57	82	81	84	88
Bares de copas	64	63	72	47	55	38
Discotecas	34	39	32	22	19	25
Botellón	10	11	9	9	10	12
After hour	7	5	9	9	10	
Escuelas de baile	4	5	3	3		

Base: 533 personas que salen de noche al menos una vez al mes

3. *El ciclo de salida nocturna*

3.5. *Lugares de ocio más frecuente*

El local de ocio al que se acude con mayor frecuencia varía con la edad.

- ← Los **menores de 28** van con más frecuencia a **bares de copas**.
- ← En los **treintañeros**, el balance se equilibra. Los lugares destacados del ranking los ocupan, casi por igual, **restaurantes y bares** mientras que los bares de copas pasan a un segundo plano.
- ← Pasada la barrera de los 40, son los **restaurantes los locales preferidos**.

3. *El ciclo de salida nocturna*

3.6. *Tipo de salida*

-  4 de cada 10 madrileños sale en un pequeño **grupos de amigos** (menos de 5 integrantes) sea cual sea su edad.
-  En el resto, se constata una transición gradual de la pandilla (más de 5 miembros) a la pareja. Sólo 2 de cada 10 veinteañeros sale en pareja, mientras que casi la mitad de los maduros (50 a 70 años) lo hace así.

Forma de salida

	TOTAL %	18 a 28 años %	29 a 39 años %	40 a 54 años %	55 a 70 años %	Hombres %	Mujeres %
Solo	2	1	1	4	4	3	1
Con la pareja	34	22	44	42	48	31	38
Con amigos en peq. grupo	41	41	40	41	40	40	41
Con amigos en grupo may.	23	36	15	13	8	26	20

Base: 533 personas que salen de noche al menos una vez al mes

3. El ciclo de salida nocturna

3.7. Planificación de las salidas

-  En general, las salidas nocturnas no se planifican, se **improvisan** sobre la marcha (37%) o se planean sólo unas horas antes de salir (33%).
-  Pero no todos son igual de “improvisadores”. Se constata una mayor tendencia a planificar en las mujeres que en los hombres, en los maduros que en los jóvenes y en los núcleos de poblaciones medianas frente al resto.

Planificación de las salidas

	TOTAL %	18 a 28 años %	29 a 39 años %	40 a 54 años %	55 a 70 años %	Hombres %	Mujeres %
No lo planifico	38	43	32	35	36	41	34
Planifico unas horas antes	33	38	31	28	20	33	33
Planifico el día antes	17	11	21	22	24	14	21
Planifico con más tiempo	12	8	16	15	16	12	12

Base: 533 personas que salen de noche al menos una vez al mes

3. El ciclo de salida nocturna

3.8. Días de salidas



El **sábado** es el día en que tienen lugar las salidas nocturnas: el 84% de las personas que salen lo hacen ese día. Le sigue en importancia, la noche del **viernes** (66%).

Días de salidas

	TOTAL	18 a 28 años	29 a 39 años	40 a 54 años	55 a 70 años	Hombres	Mujeres
	%	%	%	%	%	%	%
Días laborables	13	10	13	13	28	13	13
Viernes a la noche	66	71	62	64	52	68	63
Sábado a la noche	84	90	83	78	68	85	83
Domingo a la noche	8	10	6	6	12	10	7
Festivos	7	10	6	5	4	6	9

Base: 533 personas que salen de noche al menos una vez al mes

3. *El ciclo de salida nocturna*

3.9. *Horarios de salidas*

 Las salidas nocturnas comienzan entre las **20 y las 23 horas** (62%) y finalizan entre las **2 y las 5 de la mañana** (41%).

 Los más trasnochadores tienen un perfil bien delimitado: son sobre todo varones, habitantes de la ciudad de Madrid y menores de 30 años. Son también ellos quienes finalizan más tarde sus salidas nocturnas.

 **A destacar:**

 **Al menos un 13% de los madrileños entre 18 y 70 años (más de 500.000) vuelve a su casa entre las 5 y las 8 de la madrugada**

 **...e incluso un 2% vuelve más tarde (casi 100.000 individuos).**

3. El ciclo de salida nocturna

3.9. Horarios de salidas

Horario de inicio de salidas

	TOTAL %	18 a 28 años %	29 a 39 años %	40 a 54 años %	55 a 70 años %	Hombres %	Mujeres %
Entre las 20 y 23 hs.	62	50	62	78	92	61	64
Entre las 23 y 2 de la mañana	37	50	35	21	8	37	36
Entre las 2 y 5 de la mañana	1		1	1		1	
Entre las 5 y 8 de la mañana			1			1	

Base: 533 personas que salen de noche al menos una vez al mes

Horario de finalización de salidas

	TOTAL %	18 a 28 años %	29 a 39 años %	40 a 54 años %	55 a 70 años %	Hombres %	Mujeres %
Entre las 20 y 23 hs.	3		2	4	32	3	3
Entre 23 y 2 de la mañana	30	13	34	47	64	27	32
Entre las 2 y 5 de la mañana	41	43	43	42	4	39	43
Entre las 5 y 8 de la mañana	21	38	13	6		25	17
Más tarde	4	6	5	1		5	3

Base: 533 personas que salen de noche al menos una vez al mes

3. *El ciclo de salida nocturna*

3.10. *Motivos de la elección del horario de salida*

-  La mayoría de los entrevistados se sienten libres de elegir su horario de salida. Si salen tan tarde es, sobre todo, porque: es **cuando más les apetece** (57%) y cuando sale la gente de su edad (38%).
-  También hay otros motivos condicionantes que tienen que ver con el horario de trabajo y con el horario de apertura de los locales de su gusto.
-  No hay grandes diferencias en términos de edad, sexo y tipo de hábitat.

Motivos de la elección del horario de salida

	TOTAL %	18 a 28 años %	29 a 39 años %	40 a 54 años %	55 a 70 años %	Hombres %	Mujeres %
Cuando más me apetece	57	61	57	53	32	57	57
Son los horarios normales	38	46	31	27	56	42	33
Cuando lo permite el trab.	27	21	29	37	16	29	24
Cuando están abiertos	24	27	29	17	12	27	21

Base: 533 personas que salen de noche al menos una vez al mes

3. El ciclo de salida nocturna

3.11. Gasto individual

-  El 40% de los madrileños gasta menos de **20 €/persona** en cada salida nocturna.
-  Sólo el 11% supera los 50 € por cabeza.
-  Quienes gastan menos son las mujeres y los menores de 28 años. Quienes gastan más, los hombres y los adultos jóvenes.

Gasto individual en las salidas nocturnas

	TOTAL %	18 a 28 años %	29 a 39 años %	40 a 54 años %	55 a 70 años %	Hombres %	Mujeres %
Menos de 10 €	8	12	3	2	16	6	9
Entre 11 y 20 €	32	42	23	22	44	30	35
Entre 21 y 50 €	47	38	54	59	36	50	44
Entre 51 y 100 €	10	5	18	12		11	9
Más de 100 €				2	4	1	1
No responde	2	3	2	3		2	2

Base: 533 personas que salen de noche al menos una vez al mes

3. *El ciclo de salida nocturna*



3.11. *Gasto individual*



Los más gastadores son aquellos que salen con menos frecuencia.



No obstante, el 24% de quienes salen al menos una vez a la semana gasta en cada salida más de 20 €.

	SALIDAS FRECUENTES –al menos una vez por semana– %	SALIDAS ESPORADICAS –al menos una vez al mes– %
Menos de 20 €	22	18
Más de 21 €	24	36

3. *El ciclo de salida nocturna*

3.12. *Razones para salir de noche*

 El motivo que impulsa las salidas nocturnas es la **diversión con los amigos** (es la opinión de 3 de cada 4 entrevistados).

 Este no es el único motivo, hay otros que también son relevantes: charla, evasión, relajarse, música, baile, bullicio, animación, conocer gente nueva

 Aparecen dos motivaciones claras en las salidas nocturnas:

- ← Una salida de “ligue” (conocer gente nueva, sexo) y “juerga” (bullicio y alcohol). Se trata de motivaciones más comunes entre los hombres que entre las mujeres y más entre los jóvenes que entre los mayores.
- ← Una salida de “relax” (pasar el rato con amigos, charlar y evadirse), más común entre las mujeres y entre los entrevistados de más edad.

3. El ciclo de salida nocturna



3.12. Razones para salir de noche

Razones para salir de noche

	TOTAL	18 a 28 años	29 a 39 años	40 a 54 años	55 a 70 años	Hombres	Mujeres
	%	%	%	%	%	%	%
Pasar un rato con amigos	69	68	67	72	76	65	74
Charla	42	35	37	56	56	39	45
Evasión, relajarse	37	25	47	47	40	36	39
Música, baile	30	43	23	19	12	27	34
Bullicio, animación	13	18	14	8		14	13
Conocer gente nueva	13	17	15	6	4	15	11
Ligar, sexo	9	15	7	4	4	15	3
Alcohol	6	9	5	2		10	1
Drogas	3	4	2	1		4	1

Base: 533 personas que salen de noche al menos una vez al mes

3. El ciclo de salida nocturna

3.13. Transporte utilizado

- 

Casi la mitad de los madrileños que salen de noche (46%), utilizan su **propio vehículo**. Sin embargo, debe destacarse la importancia del transporte público para la movilidad de algo menos de un tercio de los madrileños (29%).
- 

Al igual que con otros hábitos, la edad condiciona el tipo de transporte utilizado: Los jóvenes son los grandes usuarios del transporte público, los adultos utilizan sus propios vehículos y los mayores caminan, en mayor medida que el resto.

Transporte utilizado

	TOTAL	18 a 28 años	29 a 39 años	40 a 54 años	55 a 70 años	Hombres	Mujeres
	%	%	%	%	%	%	%
Coche propio o moto	46	35	51	60	48	43	50
Transporte público	29	41	19	16	36	30	27
Coche compartido	15	16	18	14		15	15
A pie	10	8	12	10	16	12	8

Base: 533 personas que salen de noche al menos una vez al mes

3. *El ciclo de salida nocturna*

3.14. *Distancia recorrida en cada salida*

-  En general, los madrileños se alejan de su hogar para asistir a algún tipo de local en sus salidas nocturnas. El 76% de los entrevistados viaja más de un kilómetro.
-  Quienes más viajan son las mujeres y habitantes de los pueblos de la Comunidad que se desplazan más de 20 kilómetros en sus salidas. Los hombres tienden a quedarse, en mayor medida, muy cerca del lugar donde viven.

Transporte utilizado

	TOTAL %	18 a 28 años %	29 a 39 años %	40 a 54 años %	55 a 70 años %	Hombres %	Mujeres %
No me muevo de donde vivo	24	22	28	23	20	27	19
Entre 1 y 20 kilómetros	53	53	51	54	64	52	53
Más de 20 kilómetros	23	25	21	23	16	21	26

Base: 533 personas que salen de noche al menos una vez al mes

3. *El ciclo de salida nocturna*

3.15. *Hábitos de salidas*



En líneas generales, los hábitos en cada salida tienden a ser siempre los mismos, no cambian demasiado.

- ← Se sale en grupo de amigos que no se separan durante el tiempo que dura la salida
- ← Se cambia poco de local, se quedan bastante tiempo en los locales que visitan
- ← Existe un circuito de locales que se repite en cada salida



Nuevamente aparecen diferencias relacionadas con edad y sexo.

- ← Los jóvenes y los hombres tienen una mayor tendencia “itinerante”: recorrer varios locales en una noche pero estar menos tiempo dentro, encontrarse y desencontrarse con la gente....
- ← Sin embargo, los hombres son más “fieles” a los locales que visitan que las mujeres. Estas suelen cambiar con mayor frecuencia los locales a los que concurren.
- ← A medida que es mayor la edad de la población, más rutinaria tiende a ser cada salida nocturna.

3. El ciclo de salida nocturna

3.15. Hábitos de salidas



La compañía de gente

	TOTAL	18 a 28 años	29 a 39 años	40 a 54 años	55 a 70 años	Hombres	Mujeres
	%	%	%	%	%	%	%
Vamos en grupo de amigos y no nos separamos	83	78	83	89	92	78	87
Vamos encontrando y perdiendo gente	16	22	17	8	4	21	11
No responde	1			3	4	1	2

Base: 533 personas que salen de noche al menos una vez al mes

La estancia en los locales

	TOTAL	18 a 28 años	29 a 39 años	40 a 54 años	55 a 70 años	Hombres	Mujeres
	%	%	%	%	%	%	%
Bastante tiempo dentro de un local, poco cambio	68	57	66	82	100	63	74
Cambio muchas veces de local en un noche	32	43	32	18		37	25
No responde			2				1

Base: 533 personas que salen de noche al menos una vez al mes

3. El ciclo de salida nocturna

3.15. Hábitos de salidas



El “circuito” de locales visitados

	TOTAL	18 a 28 años	29 a 39 años	40 a 54 años	55 a 70 años	Hombres	Mujeres
	%	%	%	%	%	%	%
Siempre me muevo en los mismos locales	71	70	75	66	88	73	68
Vamos a menudo a locales nuevos	28	30	24	33	12	27	31
No responde	1		1	1			1

Base: 533 personas que salen de noche al menos una vez al mes



IV. Valoración de la oferta de ocio nocturno

4. *Valoración de la oferta de ocio nocturno*

4.1. *Reseña metodológica*



Sólo han opinado sobre bares de copas y discotecas (hábitos, valoración de sus servicios...) aquellas personas que van con cierta frecuencia a este tipo de locales.



El resto de entrevistados no ha dado su opinión al respecto.

4.1. Valoración de bares de copas

4.1.1. Frecuencia de salidas a bares de copas



La salida a bares de copas es una opción de ocio nocturno muy común entre los madrileños: casi 1.800.000 personas visita bares de copas al menos una vez al mes.



Este tipo de local es frecuentado en mayor medida, por hombres y jóvenes.



Los habitantes de Madrid y de las ciudades grandes de la Comunidad suelen ir con mayor frecuencia a bares de copas que los habitantes de pequeños núcleos de población.

4.1. Valoración de bares de copas

4.1.1. Frecuencia de salidas a bares de copas

Frecuencia de salidas a bares de copas

	TOTAL	18 a 28 años	29 a 39 años	40 a 54 años	55 a 70 años	Hombres	Mujeres
	%	%	%	%	%	%	%
Varias veces por semana	16	27	10	5	4	19	12
Al menos una vez a la semana	25	35	30	8	8	28	23
Varias veces al mes	18	22	17	15	4	19	17
Al menos una vez al mes	18	9	23	30		14	22
Con menos frecuencia	8	3	10	14		8	7
Nunca	15	4	10	28	84	12	19

Base: 533 personas que salen de noche al menos una vez al mes

	TOTAL	Tipo I (Madrid)	Tipo II (Alcalá H.)	Tipo III (Tres Cantos)	Tipo IV (Soto el Real)	Tipo V (El Molar)
	%	%	%	%	%	%
Varias veces por semana	16	14	24	17	2	19
Al menos una vez a la semana	25	29	28	17	20	13
Varias veces al mes	18	20	14	12	27	13
Al menos una vez al mes	18	17	21	12	18	23
Con menos frecuencia	8	9	5	8	4	13
Nunca	15	11	8	34	29	19

Base: 533 personas que salen de noche al menos una vez al mes

4.1. Valoración de bares de copas

4.1.2. Evaluación del servicio

-  El **aspecto clave** en la elección de un local es el **ambiente** del lugar (tipo de gente que va, música, etc.).
-  En un segundo plano, pero con mucho peso en la consideración general, aparece todo lo relacionado con las **consumiciones** (precio y calidad) y con la **comodidad** del lugar.
-  También existen otros atributos importantes, pero en un nivel inferior: los servicios, la facilidad para aparcar, la calidad de las instalaciones, la seguridad del local y la atención brindada por los camareros.

4.1. Valoración de bares de copas

4.1.2. Evaluación del servicio

 Los entrevistados se muestran satisfechos con los bares de copas que frecuentan:

 **Ocho de cada 10 entrevistados están satisfechos con el local al que van habitualmente.** Y este nivel de satisfacción se acentúa a medida que aumenta la edad de la clientela.

 El ambiente de los locales (que es el aspecto clave) presenta un muy elevado nivel de satisfacción.

 Los resultados son satisfactorios en 8 de los 13 aspectos evaluados.

 Aunque la valoración general es positiva, hay algunas críticas, como es el caso de la calidad de las consumiciones (que es también uno de los elementos clave).

4.1. Valoración de bares de copas

4.1.2. Evaluación del servicio



Dos datos a tener en cuenta porque se trata de aspectos regulados por la Administración, las dificultades de aparcamiento genera un elevado nivel de insatisfacción para un sector amplio de la población y la valoración de los horarios (uno de cada cuatro madrileños se muestra grave o levemente insatisfecho con ellos).

Evaluación de servicios vinculados a bares de copas regulados por la Administración

	Satisfecho %	Poco satisfecho %	Insatisfecho %	No sabe/ no responde %
Los horarios del local	74	16	8	2
Facilidad para aparcar	25	27	34	14

Base: 446 personas que van con cierta frecuencia a bares de copas

4.1. Valoración de bares de copas

4.1.2. Evaluación del servicio

Evaluación de servicios en bares de copas

	Satisfecho %	Poco satisfecho %	Insatisfecho %	No sabe/ no responde %
El ambiente del lugar	85	13	1	1
La calidad de las instalaciones	80	16	3	1
Los camareros sirven con rapidez simpatía	69	22	7	2
La seguridad en el local	67	21	7	5
La programación: eventos, shows	63	23	6	8
Simpatía del personal en la entrada	61	27	11	1
La comodidad del local	57	34	9	
Calidad de las consumiciones	49	33	17	1
Colas en la entrada del local	48	37	13	2
Servicios: guardarropas, limpieza	46	36	16	2
El precio de las consumiciones	27	37	36	

Base: 446 personas que van con cierta frecuencia a bares de copas

4.1. Valoración de bares de copas

4.1.2. Evaluación del servicio

Nivel de satisfacción con los servicios según edad de los concurrentes

<i>(% de satisfechos)</i>	18 a 28 años %	29 a 39 años %	40 a 54 años %
El ambiente del lugar	85	86	85
La calidad de las instalaciones	79	79	84
Los camareros sirven con rapidez simpatía	64	71	76
La seguridad en el local	62	71	76
La programación: eventos, shows	63	59	67
Simpatía del personal en la entrada	54	68	69
La comodidad del local	49	59	71
Calidad de las consumiciones	41	57	58
Colas en la entrada del local	44	53	48
Servicios: guardarropas, limpieza	40	43	61
El precio de las consumiciones	18	35	36

Base: 442 personas que van con cierta frecuencia a bares de copas

Nota: se ha excluido el segmento de 55 a 70 años debido a que solo 4 personas realizan la evaluación.

4.2. Valoración de discotecas

4.2.1. Frecuencia de salidas a discotecas



Los datos ponen de manifiesto la importancia de las **discotecas** como opción de ocio nocturno. Las respuestas de los entrevistados indican que más de 800.000 personas van a discotecas al menos una vez al mes (eso representa un 36% de quienes dicen salir de noche).



El público de los locales **after hours** es más reducido, fundamentalmente por su horario de funcionamiento. Las respuestas a la encuesta señalan que casi 200.000 podrían estar visitando after hours al menos una vez al mes.

4.2. Valoración de discotecas

4.2.1. Frecuencia de salidas a discotecas

Frecuencia de salidas a discotecas

	TOTAL	18 a 28 años	29 a 39 años	40 a 54 años	55 a 70 años	Hombres	Mujeres
	%	%	%	%	%	%	%
Varias veces por semana	5	9	3	2		7	4
Al menos una vez a la semana	10	16	7	3	4	10	9
Varias veces al mes	9	15	7	2		9	8
Al menos una vez al mes	12	15	11	9		14	9
Con menos frecuencia	9	7	10	13	4	10	8
Nunca	55	38	63	71	92	50	62

Base: 533 personas que salen de noche al menos una vez al mes

Frecuencia de salidas a after hours

	TOTAL	18 a 28 años	29 a 39 años	40 a 54 años	55 a 70 años	Hombres	Mujeres
	%	%	%	%	%	%	%
Varias veces por semana							
Al menos una vez a la semana	3	5	1			4	2
Varias veces al mes	2	4	2			3	1
Al menos una vez al mes	3	7	2			4	2
Con menos frecuencia	6	9	5	4		5	8
Nunca	86	75	90	96	100	84	87

Base: 533 personas que salen de noche al menos una vez al mes

4.2. Valoración de discotecas

4.2.2. Evaluación del servicio

-  La valoración de las discotecas es análoga a la de los bares de copas: el **ambiente** del lugar (tipo de gente que va, música, etc.) es determinante a la hora de elegir un local.
-  También reviste mucha importancia todo lo vinculado con las **consumiciones** (precio y calidad) y la **comodidad** del lugar.
-  Otros aspectos son considerados importantes pero en un nivel más bajo que los anteriores: la facilidad para aparcar, la calidad de las instalaciones, los servicios, la seguridad del local y la atención brindada por los camareros.

4.2. Valoración de discotecas

4.2.2. Evaluación del servicio



Casi 7 de cada 10 madrileños que van a discotecas están satisfechos con las discotecas a las que acuden.



El aspecto clave en las discotecas es el ambiente (al igual que en los bares de copas). Las discotecas de la Comunidad de Madrid parecen cubrir ampliamente.



El aspecto más insatisfactorio de las discotecas son las consumiciones (como ya ocurrió con los bares de copas).



En general, los bares de copas reciben una mejor valoración que las discotecas. Creemos esto se debe a que la opinión de los jóvenes tienen mayor peso en las discotecas (los jóvenes acuden más a las discotecas que a los bares de copas). Los jóvenes son más críticos, especialmente en lo relacionado con el precio de las consumiciones.

4.2. Valoración de discotecas

4.2.2. Evaluación del servicio



Al igual que en el caso de los bares de copas, de los dos aspectos medidos vinculados a las discotecas y regulados por la Administración, uno recibe valoraciones favorables –horarios- y el otro genera un elevado nivel de insatisfacción para un sector amplio de la población –facilidades para aparcar-.

Evaluación de servicios vinculados a discotecas regulados por la Administración

	Satisfecho %	Poco satisfecho %	Insatisfecho %	No sabe/ no responde %
Los horarios del local	78	13	7	2
Facilidad para aparcar	28	22	33	17

Base: 247 personas que van con cierta frecuencia a discotecas y/o after hours

4.2. Valoración de discotecas



4.2.2. Evaluación del servicio

Evaluación del servicio

	Satisfecho %	Poco satisfecho %	Insatisfecho %	No sabe/ no responde %
El ambiente del lugar	77	18	5	
La calidad de las instalaciones	75	18	5	2
La programación: eventos, shows	65	24	7	4
La seguridad en el local	62	27	7	4
Los camareros sirven con rapidez simpatía	55	34	9	2
La comodidad del local	51	32	16	1
Servicios: guardarropas, limpieza	47	34	16	3
Simpatía del personal en la entrada	42	34	22	2
Calidad de las consumiciones	41	37	21	1
Colas en la entrada del local	29	43	27	1
El precio de las consumiciones	17	40	42	1

Base: 247 personas que van con cierta frecuencia a discotecas y/o after hours

4.2. Valoración de discotecas

4.2.2. Evaluación del servicio

Nivel de satisfacción con los servicios según edad de los concurrentes

<i>(% satisfechos)</i>	18 a 28 años %	29 a 39 años %	40 a 54 años %
El ambiente del lugar	78	79	79
La calidad de las instalaciones	78	71	77
Los camareros sirven con rapidez simpatía	52	55	69
La seguridad en el local	64	65	56
La programación: eventos, shows	69	55	72
Simpatía del personal en la entrada	41	35	51
La comodidad del local	51	51	59
Calidad de las consumiciones	41	41	51
Colas en la entrada del local	26	33	36
Servicios: guardarropas, limpieza	47	45	51
El precio de las consumiciones	17	23	15

Base: 245 personas que van con cierta frecuencia a bares de copas

Nota: se ha excluido el segmento de 55 a 70 años debido a que solo 2 personas realizan la evaluación.

4.3. El “botellón”

4.3.1. Frecuencia de asistencia y motivos de elección

-  Si bien el “botellón” es un fenómeno asociado a un tipo de público específico, podría constituir **una alternativa de ocio para más de 400.000 personas** (el 18% de los madrileños que salen al menos una vez al mes).
-  El participante típico de un botellón tiene menos de 28 años (92%) y es varón (65%); la proporción de varones que se reúnen en “botellones” duplica a la de las mujeres.
-  El principal motivo que impulsa a los jóvenes a participar en “botellones” parece ser el elevado precio que tienen las bebidas en los bares de copas (81%). No obstante, hay otras razones que tienen que ver con gustos personales: encontrarse con el tipo de gente que le gusta (59%), la diversión (36%), la ausencia de límites horarios (33%) y de controles (31%).
-  Como se verá más adelante, **la falta de control y regulación de esta actividad** es al mismo tiempo lo que motiva a participar en los botellones y la principal causa del impacto y molestias generadas por el mismo.

4.3. El “botellón”

4.3.1. Frecuencia de asistencia y motivos de elección

Frecuencia de asistencia a “botellones”

	TOTAL	18 a 28 años	29 a 39 años	40 a 54 años	55 a 70 años	Hombres	Mujeres
	%	%	%	%	%	%	%
Una vez por semana	4	8	1			6	1
Al menos una vez al mes	3	7	1			3	3
De vez en cuando	11	22	1	1		12	9
Nunca / casi nunca	78	60	93	93	100	75	82
No responde	4	3	4	6		4	5

Base: 533 personas que salen de noche al menos una vez al mes

Motivos de asistencia a “botellones”



Base: 93 personas van a “botellones”

“Ocio Nocturno en la Comunidad de Madrid”



V. El impacto del ocio nocturno en el entorno

5. *El impacto del ocio nocturno*

5.1. *El tratamiento del tema*



Se ha abordado este tema en tres fases.

- ← **1ª FASE:** se valora en qué medida los bares de copas, discotecas y botellones generan efectos no deseados en el entorno donde se encuentran instalados, pero sin señalar responsables.
- ← **2ª FASE:** los entrevistados señalan los responsables de los efectos no deseados del ocio nocturno y líneas generales de acción. Estos comentarios permiten clasificar a los entrevistados en grandes grupos de opinión.
- ← **3ª FASE:** se plantean las causas de los “efectos secundarios” del ocio nocturno.

5. *El impacto del ocio nocturno*

5.2.1. *El entorno de los bares de copas*

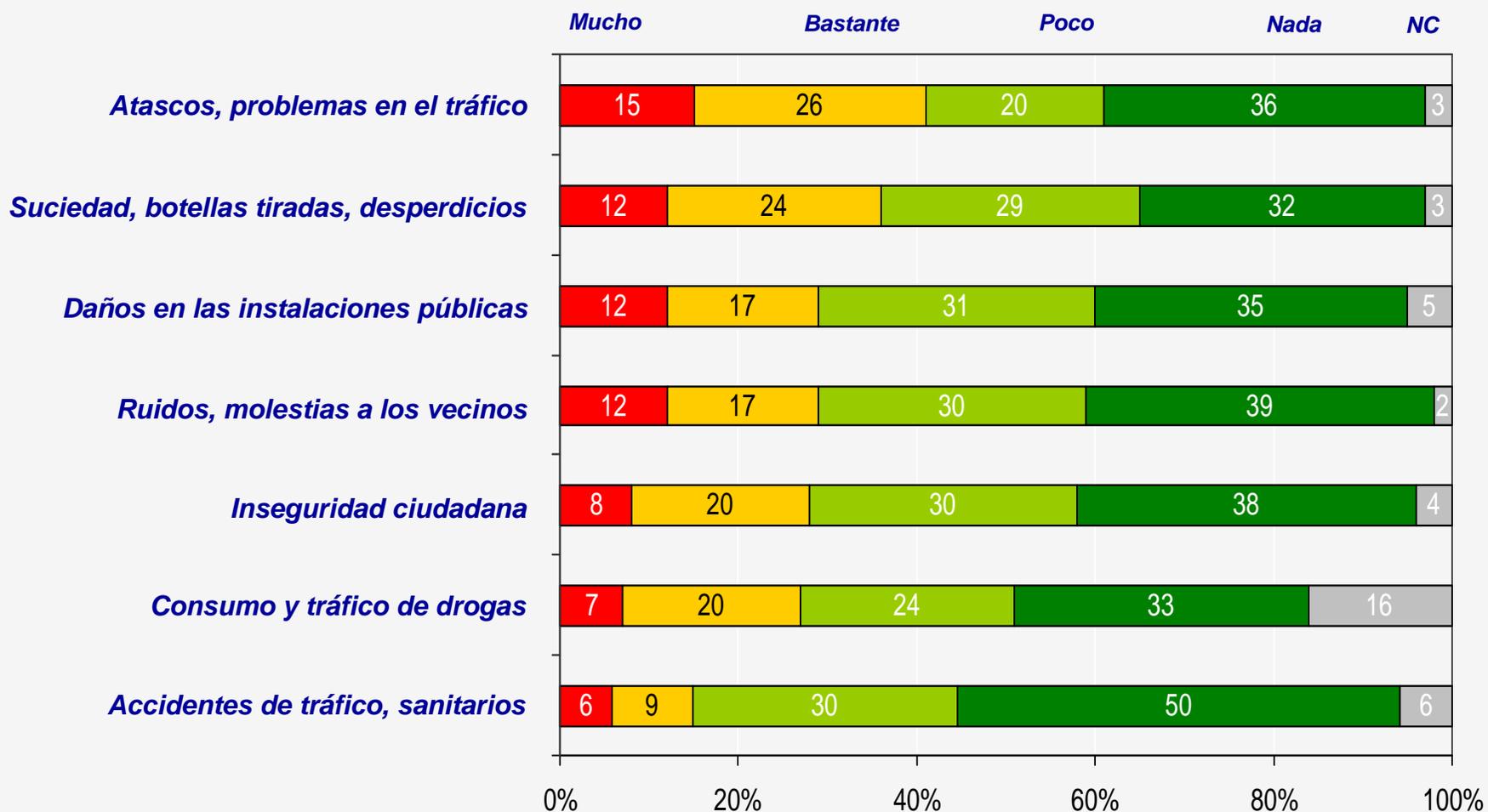
-  Casi la mitad de los entrevistados (49%) dice tener un bar de copas cerca de su casa.
-  No obstante, **estos locales reciben críticas muy moderadas por parte de quienes viven cerca de ellos**. En general, los vecinos consideran que la actividad de estos locales no genera inconvenientes mayores en el barrio.
-  Sólo dos aspectos se vinculan en alguna medida a la actividad de los bares de copas: **“tráfico” (atascos y problemas de aparcamiento) y suciedad** en la vía pública. De todos modos, son mencionados por menos de la mitad de los vecinos de bares de copas.
-  Los efectos graves (inseguridad, consumo de drogas, accidentes) son menos importantes que las alteraciones al entorno ciudadano (atascos, aparcamiento, suciedad, ruidos).
-  Hay dos segmentos cuya crítica a la actividad de los bares de copas es más intensa: las **mujeres** y los **mayores de 55 años**. Se trata también de los segmentos que menos visitan estos locales.

5. El impacto del ocio nocturno

5.2.1. El entorno de los bares de copas



¿En qué medida la actividad del bar de copas genera...?



Base: 443 personas que viven en el entorno cercano a un bar de copas

5. *El impacto del ocio nocturno*

5.2.2. *El entorno de las discotecas*

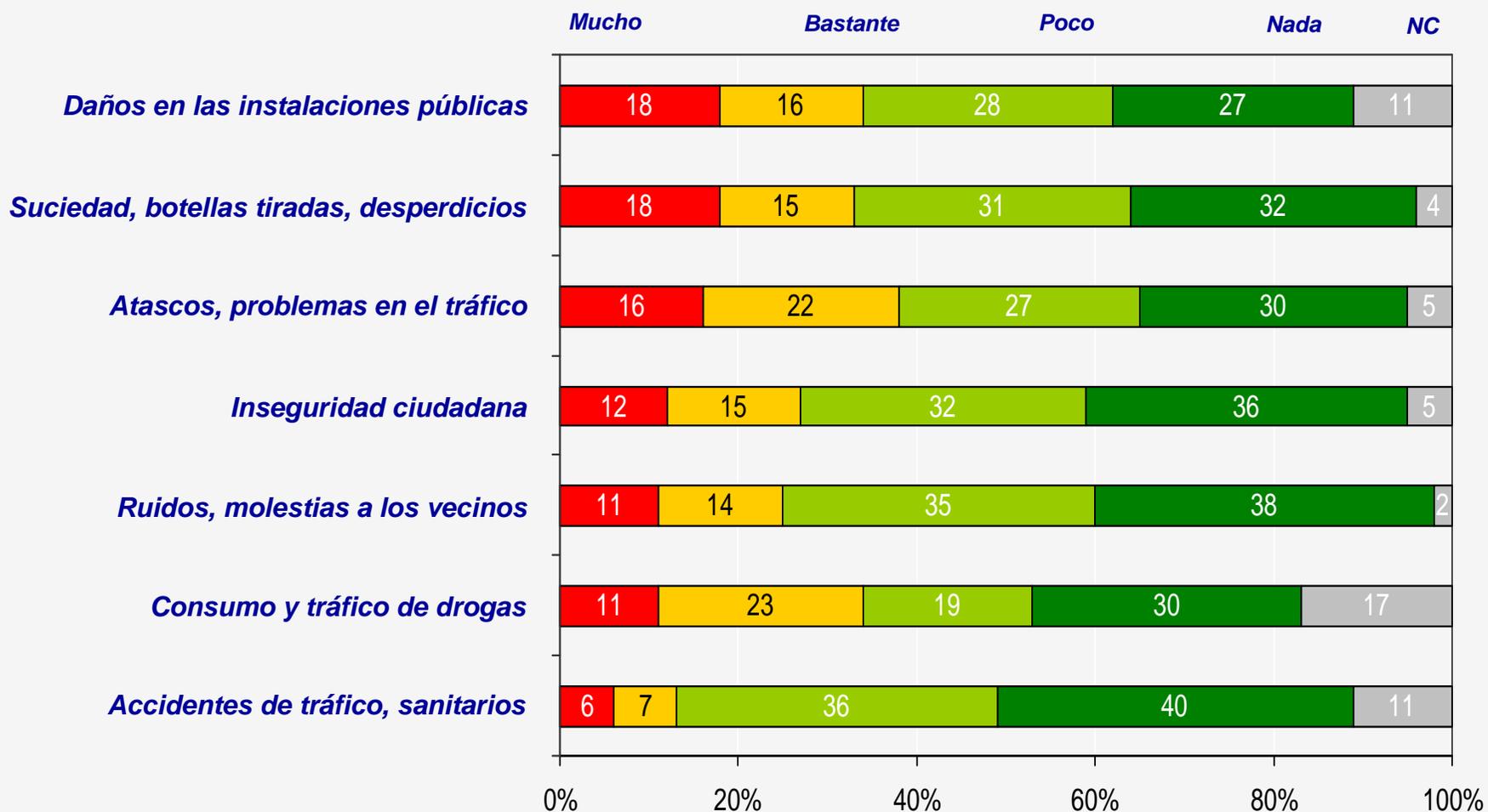
-  La presencia de las discotecas es menor que la de bares de copas. El 14% de los madrileños tiene una discoteca cerca de su casa.
-  Si bien la presencia de discotecas es menor, reciben un nivel de crítica levemente superior que los bares de copas. No obstante, amplios sectores de vecinos manifiestan que la actividad de las mismas no genera grandes problemas.
-  Los aspectos más criticados de estos locales están vinculados a algunas alteraciones que se producen en el entorno ciudadano: **suciedad en las calles, problemas de tráfico y daños en las instalaciones públicas** en las cercanías de las discotecas. No obstante, se atribuyen a las discotecas menos problemas de ruidos y molestias a los vecinos que los bares de copas.
-  También aparecen las drogas como problema, pero en menor medida (probablemente su impacto se percibe más problemático porque se sitúa al final de la cadena horaria).
-  Al igual que en los bares de copas, la crítica de las **mujeres** y las personas **mayores de 55 años** es más intensa.

5. El impacto del ocio nocturno

5.2.2. El entorno de las discotecas



¿En qué medida la actividad de las discotecas genera...?



Base: 124 personas que viven en el entorno cercano a una discoteca

5. *El impacto del ocio nocturno*

5.2.3. *El entorno de los “botellones”*

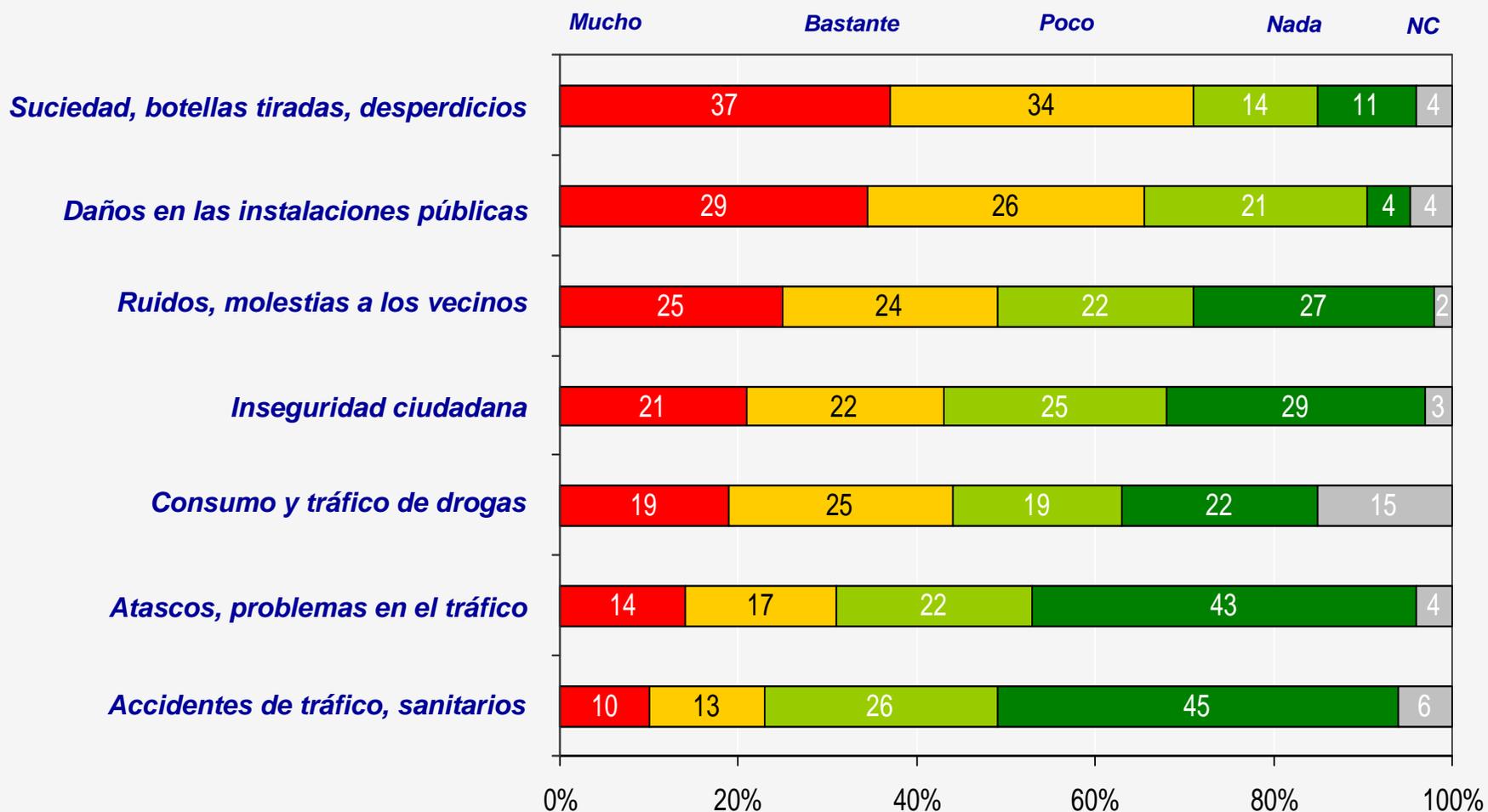
-  La cuarta parte de los madrileños (24%) dice tener un “botellón” cerca de su casa.
-  **El “botellón” es la alternativa de ocio que parece generar más alteraciones en la vida cotidiana de los vecinos.** Comparativamente, el botellón parece generar problemas de mayor magnitud que los bares de copas o que las discotecas.
-  Los aspectos más críticos del botellón son la **suciedad en las calles** y los **daños en las instalaciones públicas**. Ambos inconvenientes son destacados por la amplia mayoría de los vecinos de “botellones”.
-  El resto de los problemas atribuidos al botellón son también considerablemente más importantes que los causados por bares de copas y discotecas.
-  Nuevamente, los segmentos más críticos son las mujeres y las personas mayores de 55 años. Los adultos jóvenes (29 a 39 años) enfatizan los efectos secundarios de los “botellones” en los accidentes de tráfico y las drogas.

5. El impacto del ocio nocturno

5.2.3. El entorno de los “botellones”



¿En qué medida la actividad de los “botellones” genera...?



Base: 219 personas que viven en el entorno cercano a un “botellón”

5. *El impacto del ocio nocturno*

5.3. *Opiniones sobre el ocio nocturno*

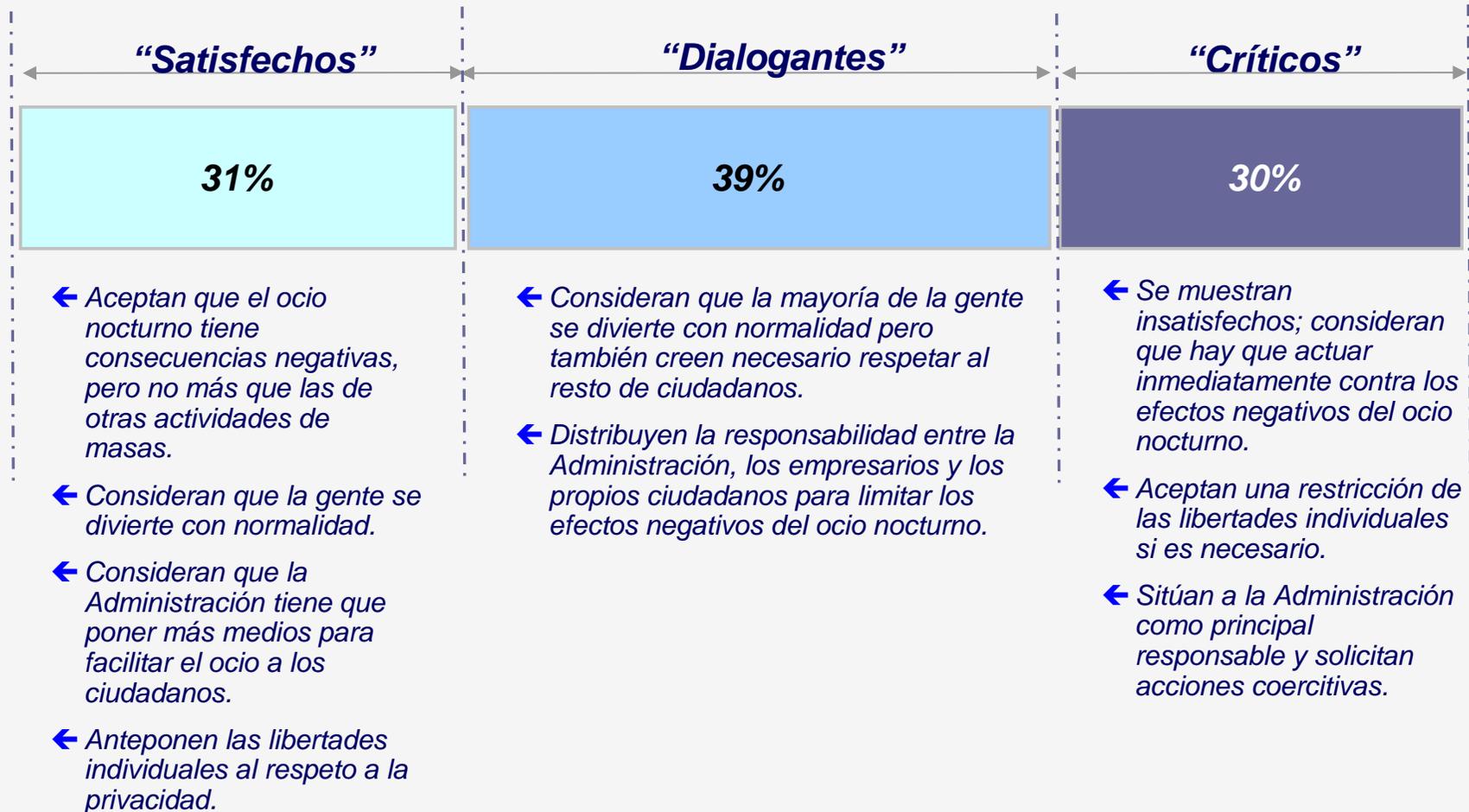
Parece existir un consenso generalizado en torno a tres aspectos básicos relacionados con el ocio nocturno y con su impacto en el entorno. Este consenso afecta a:

- 1º) El derecho de la gente a elegir sus horarios de ocio, siempre y cuando no molesten a los demás. Se reconoce la importancia del ocio siempre que sea compatible con derecho al descanso y a la privacidad en el hogar.
- 2º) La responsabilidad de la Administración y la obligación de que ponga medios para paliar los posibles efectos negativos del ocio nocturno.
- 3º) La escasa incidencia del horario de cierre de los locales en las molestias producidas por el ocio nocturno. No preocupa tanto a qué hora cierren los locales, sino el comportamiento de quien se divierte en ellos.

5. El impacto del ocio nocturno

5.3. Opiniones sobre el ocio nocturno

ACTITUD ANTE EL IMPACTO DEL OCIO NOCTURNO



5. *El impacto del ocio nocturno*

5.3. *Opiniones sobre el ocio nocturno*



Más allá de este “acuerdo básico” hay que distinguir tres grandes grupos con actitudes y opiniones diferentes acerca del impacto del ocio nocturno en el entorno:

- ← **Un sector “crítico”** que representa el 30% de la población. Estos ciudadanos se muestran descontentos con los efectos negativos generados por el ocio nocturno y piden soluciones a la Administración aunque estas soluciones recorten las libertades individuales.
- ← Un sector “**satisfechos**”, que representa a un 31% de los entrevistados. Consideran que el punto clave de cualquier discusión que afecte al ocio nocturno es la de salvaguardar el derecho de cada uno a divertirse. Consideran que el impacto del ocio nocturno no es muy superior al de otros fenómenos de masas y que la Administración es quien debe preocuparse de garantizar un ocio en buenas condiciones.
- ← El grupo más numeroso es el de los “**dialogantes**” (39%). Ellos consideran que los madrileños se divierten con normalidad y que todos (ciudadanos, Administración y empresarios del sector) tienen que hacer un esfuerzo para reducir los efectos no deseados del ocio nocturno.

5. El impacto del ocio nocturno

5.3. Opiniones sobre el ocio nocturno



Grupo 1: “Críticos”

- ← Es el sector más “conservador” de los madrileños que representa el 30% de la población.
- ← Consideran que hay que cambiar los hábitos del ocio nocturno porque **tal y como está genera consecuencias negativas.**
- ← Creen que es un tema prioritario en la agenda pública al que se le debe dar una solución rápida **aunque esto genere recortes en las libertades individuales.**
- ← El hecho que este tipo de ocio se desarrolle de noche produce excesos que afectan la tranquilidad ciudadana.
- ← Consideran que **el principal responsable es la Administración**, que es quien debe arbitrar los medios para solucionar este problema (Ayuntamientos, Comunidad de Madrid). La responsabilidad de los empresarios del sector se circunscribe al interior de los locales.
- ← Este sector está integrado más por mujeres que por hombres y crece su importancia a medida que se eleva la edad de la población.

5. El impacto del ocio nocturno

5.3. Opiniones sobre el ocio nocturno



Grupo 2: “Satisfechos”

- ← Se trata del segmento más “liberal” tiene una dimensión similar al conservador. Son el 31% de los madrileños.
- ← Para ellos **la clave es el respeto al derecho de cada uno a divertirse.**
- ← Este grupo piensa que la mayoría de **la gente se divierte “con normalidad”.** Consideran que el ocio nocturno puede generar consecuencias negativas, pero no más que cualquier evento masivo.
- ← Creen que **los efectos negativos del ocio nocturnos se pueden evitar poniendo más medios:** policías, transporte público, aparcamiento, etc. y que esto es papel de la Administración que debe actuar, en primer lugar como garante del ocio nocturno y a la vez como protector de los vecinos.
- ← El papel de los empresarios del ocio nocturno queda relegado a un segundo plano, reduciendo su competencia al interior de los locales.
- ← Este grupo está integrado, en mayor medida, por jóvenes.

5. El impacto del ocio nocturno

5.3. Opiniones sobre el ocio nocturno



Grupo 3: “Dialogantes”

- ← Es el grupo más importante cuantitativamente son el 39% de los madrileños.
- ← Se sitúan en un plano intermedio entre los “críticos” y los “satisfechos”: demandan un fuerte compromiso por parte de los actores involucrados en el tema: administración, empresarios del sector y ciudadanos.
- ← Este grupo cree que **la mayoría de la gente disfruta del ocio nocturno con tranquilidad** y afirman que la gente tiene libertad para elegir cuándo divertirse. Pero también son conscientes de que **quien se divierte no debe molestar a los demás vecinos.**
- ← Creen que el papel de **la administración es central** como garante de la diversión nocturna y se muestran críticos con ella: **creen necesario poner más medios** (transportes, policías, aparcamientos) para evitar los problemas que pudiesen ocasionar las actividades de ocio nocturno...
- ← ...pero también **piden a los empresarios del sector que hagan un esfuerzo** para evitar que el ocio nocturno resulte molesto a los vecinos
- ← En este grupo hay mayor presencia de gente menor de 39 años.

5. *El impacto del ocio nocturno*

5.4. *Los responsables de los “efectos secundarios” del ocio nocturno*

La mayoría de los entrevistados consideran que quienes tienen mayor responsabilidad en los efectos no deseados generados por el ocio nocturno son, por este orden:

-  **Los propios ciudadanos (39%).** Los más jóvenes asignan la mayor responsabilidad a la gente que sale de noche, más que a la Administración o que a los empresarios. A medida que aumenta la edad, aumenta la tendencia a responsabilizar a la Admón.
-  **Las autoridades (Ayto., CC.AA.) (33%).** Son los segmentos más críticos y más descontentos quienes hacen recaer en la Administración una mayor responsabilidad.
-  Por último, a una distancia considerable, a **los empresarios del sector (27%).**
-  Un dato llamativo: **el horario de cierre de los locales aparece como la causa menos significativa del impacto urbano generado por el ocio nocturno (21%).**

5. *El impacto del ocio nocturno*

5.4. *Factores que generan los “efectos secundarios” del ocio nocturno*

En conclusión...



Las consecuencias no deseadas del ocio nocturno se originan (en opinión de la mayor parte de los entrevistados) en el mal comportamiento de los propios ciudadanos, que comete excesos (39%) y que no tiene educación (37%)...



Pero, al mismo tiempo, también es creencia mayoritaria que hay una responsabilidad a la Administración que, en opinión de numerosos entrevistados, no pone los medios suficientes para controlar los problemas que se producen.

5. El impacto del ocio nocturno

5.4. Factores que generan los “efectos secundarios” del ocio nocturno

Responsables de los “efectos secundarios” del ocio nocturno



Base: 900 casos



Conclusiones

Conclusiones

1. La importancia del ocio



Los resultados de la entrevista muestran que el ocio ocupa un lugar de relevancia para los madrileños, por la cantidad, variedad y número de horas destinadas a este tipo de actividades.



El ocio de los madrileños es un ocio predominantemente individual:

- ← Las actividades practicadas con más frecuencia se practican en solitario y en el hogar: ver la televisión, escuchar música...
- ← También es relevante otra modalidad de ocio individual vinculada a un tipo más consumista: salir de compras. Esta se ha convertido en la segunda actividad con la que los madrileños disfrutan su tiempo libre.
- ← En un tercer lugar se encuentran otras actividades dependiendo de la edad: como son las salidas de copas y baile o el deporte para los más jóvenes o los hobbies y manualidades para los más mayores.

Conclusiones

2. Un ocio cada vez más nocturno

-  El horario más habitual para disfrutar del ocio es la tarde/noche (entre las seis de la tarde y las diez de la noche).
-  Cabe destacar que las salidas de compras se llevan a cabo a partir de las 18 hs. para el 65% de la población. Esto marca una diferencia cultural con respecto al resto de Europa: en muchas ciudades los horarios comerciales finalizan cuando en Madrid la gente inicia su salidas de compras.
-  Sin embargo, los datos muestran que las actividades de ocio cada vez se extienden a horas más tardías; amplios sectores de la población, comienzan a realizar o continúan con sus actividades hasta la madrugada. Algunos ejemplos:
 - ← Entre las 6 de la tarde y las 10 de la noche, realizan sus compras más de 2.200.000 madrileños.
 - ← El 79% de los madrileños –2.900.000 personas- ve la TV, escucha música o lee hasta después de las 23 horas. Incluso, el 36% -1.300.000 madrileños- continúa haciéndolo más tarde de las 3 de la mañana.
 - ← El 40% de los madrileños –1.220.000- va a cenar o continúa cenando después de las 11 de la noche.
 - ← Salir de copas comienza después de las 23 horas para casi toda la población –1.700.000 madrileños-.

Conclusiones

3. Cinco actitudes ante el ocio



Las preferencias de ocio de los madrileños se agrupan en torno a dos “ejes”: ocio en el hogar Vs. ocio fuera de casa y ocio nocturno Vs. ocio diurno.



Cuando agrupamos las preferencias de ocio en torno a estos “ejes” aparecen cinco tipos de “perfiles” de ocio de los madrileños:

- ← **NOCTÁMBULOS:** realizan actividades de ocio fuera de su casa y de noche. Son jóvenes y representan el 31% de los madrileños.
- ← **CALLEJEROS:** prefieren salir de sus casas para entretenerse pero de día. Tienen entre 40 y 54 años y es el 29% de la población.
- ← **CASEROS:** se entretienen de día pero dentro de sus casas. Son personas mayores, el 24% de los habitantes de la Comunidad.
- ← **SOLO EN CASA:** prefieren entretenerse dentro de los hogares durante la noche. Son adultos jóvenes (29 a 38 años), en número muy escaso, apenas el 5% de la población.
- ← **INDEFINIDOS:** no tienen preferencias ni de horarios ni de lugar para realizar actividades de ocio. La composición de este grupo es variada, hay jóvenes y adultos. Es el 11% de la población.

Conclusiones

4. Problemas para disfrutar del ocio

-  Los madrileños tienen un acceso relativamente “fácil” a su ocio. De hecho, más de un 25% de entrevistados no encuentra ningún problema para disfrutar de las actividades de ocio.

-  Por otro lado, los madrileños encuentran los mismos “problemas” para disfrutar de su ocio nocturno que para disfrutar de su ocio diurno.
 - ← Los precios
 - ← Las dificultades de tráfico
 - ← Las colas, aglomeraciones de gente
 - ← La falta de tiempo para disfrutar los eventos

-  Puede decirse que el ocio nocturno (copas y baile) genera un nivel levemente mayor de inseguridad que otros ocios diurnos, pero sin alcanzar niveles críticos.

Conclusiones

5. Frecuencia de salidas nocturnas



Las salidas nocturnas forman parte de los hábitos de ocio de los madrileños: el 59% de los habitantes de la Comunidad entre 18 y 70 años –2.257.914 personas- sale al menos una vez al mes.



Los jóvenes son los que más salen de noche:

← Los menores de 29 años representan el 39% de la población que sale al menos una vez al mes –unos 900.000 individuos-.

← Los jóvenes salen con mayor frecuencia que los mayores. El 70% de los menores de 29 años que sale de noche –600.000 jóvenes-, lo hace al menos una vez por semana mientras que entre los 29 y 39 años esa proporción desciende al 36% -250.000 personas-.



No solo los jóvenes salen de noche, un amplio sector de “maduros” también lo hace. Por ej.: el 50% de los entrevistados de entre 40 a 55 años, sale al menos, una vez al mes y un 10% lo hace, al menos, una vez por semana –110.000 personas-.



Los hombres salen más (la diferencia es de 10 puntos) y con mayor frecuencia que las mujeres.

Conclusiones

6. La oferta de ocio nocturno



Los madrileños valoran positivamente la calidad de la oferta de ocio nocturno existente en la Comunidad de Madrid.

- ← Tres de cada cuatro de aquellos entrevistados que salen de noche están satisfechos con los eventos y posibilidades que ofrecen lo locales de la Comunidad.
- ← Además, la mitad de estas personas cree que la oferta de ocio de Madrid es mejor que la de otras comunidades.

Conclusiones

7. El perfil del madrileño que sale de noche



No todas las personas que salen de noche tienen las mismas costumbres, existen hábitos de salida diferentes según el perfil de la persona que sale:

- ← **“TRADICIONAL”**: sus salidas son “tranquilas” pero poco planificadas. Se trata de parejas adultas a las que les gusta ir al cine o a restaurantes. Vuelven a la casa antes de las 5 de la mañana y tienen un nivel medio de gasto por persona en cada salida. Es el 36% de las personas que salen de noche.
- ← **“LUDICO”**: es el segmento más sale de noche. Son jóvenes a los que les gustan las salidas de copas y baile. Suelen salir en grupos de amigos, planifican un rato antes la salida y visitan varios locales en una noche. Comienzan la salida a medianoche y regresan muy tarde. Gastan poco. Representa el 25% de las personas que salen de noche.
- ← **“FORMAL”**: hacen salidas tranquilas al cine, al teatro y restaurantes. Suelen ir con sus parejas o amigos. En cada salida realizan un desplazamiento de consideración. A diferencia de los Tradicionales, planifican con mucha antelación cada salida y son más gastadores. Es casi un cuarto (22%) de los madrileños que salen de noche.
- ← **“COMODO”**: sus salidas son muy cortas y cerca del lugar donde viven. Salen solos en mayor medida que los otros grupos y gastan muy poco dinero. El perfil del “cómodo” se corresponde con el de una persona adulta. Es el 17% de las personas que salen.

Conclusiones

8. Cambios en las costumbres



El ocio a altas horas de la noche cada vez tiene mayor cantidad de adeptos y es más relevante para los habitantes de Madrid. Por ej:

- ← Casi la mitad de los madrileños entre 18 y 70 años, es decir aproximadamente 1.700.000 madrileños, se ve disfrutando de sus salidas de copas y baile entre las 11 de la noche y las 2 de la madrugada.
- ← Las cenas fuera de casa también se demoran; 4 de cada 10 madrileños que salen a cenar fuera de sus hogares, comentan que lo están haciendo a las 11 de la noche o más tarde con una cierta habitualidad.
- ← Hay que considerar que estos datos afectan a todos los madrileños sea cual sea la frecuencia de sus salidas nocturnas y se ven confirmados con más fuerza cuando nos centramos en quienes salen de noche al menos una vez al mes:
 - ← Quienes más salen comienzan su salida tarde: Un 37% de quienes salen de noche al menos una vez al mes comienza su salida nocturna después de las 11 de la noche (lo que en datos absolutos supondría unas 800.000 personas)...
 - ← ... y también vuelven tarde: una de cada cinco personas que sale de noche al menos una vez al mes, regresa a su casa después de las 5 de la mañana (medio millón de madrileños) y casi 100.000 personas vuelve más tarde de las 8 de la mañana.

Conclusiones

9. Motivos de las salidas



El ocio nocturno es una alternativa de ocio social cada vez más valorada por la población.

- ← El contenido de una salida nocturna gira en torno pasar un rato divertido con amigos, a charlar y a evadirse.
- ← El alcohol y las drogas aparecen en lo más bajo de la escala con el 6% y 3% respectivamente de consideraciones. Representan un complemento de las salidas nocturnas, pero en ningún caso un fin en si mismo.

Conclusiones

10. Bares de copas, discotecas y after hours



La salida nocturna es una cadena temporal con más o menos “eslabones” según los casos: empieza en un bares de copas, continúa para algunos en una discoteca y puede acabar, para los menos, en un after hours:

- ← Por lo general, las salidas nocturnas se inician en bares de copas. Allí va el 77% de la gente que sale de noche. Luego, cuando deciden continuar la salida, van a discotecas, donde acude el 36% y por último, si extienden aún más la salida, concurren a after hours (8%).
- ← En general, se valora levemente mejor el servicio de los bares de copas que el de las discotecas.

Conclusiones

11. El impacto de los bares de copas, discotecas y “botellones”



A pesar que la mitad de los madrileños tiene un bar de copas cerca de su domicilio, las alteraciones que estos generan en la vida cotidiana del barrio son muy moderadas. Las críticas más importantes –aunque minoritarias- tienen que ver con los atascos en el tráfico y la suciedad de las calles.



La ubicación de las discotecas reduce el impacto sobre la población. Menor cantidad de gente tiene un local de este tipo cerca de su domicilio. Solo en algunos aspectos se las critica más que a los bares de copas (suciedad en las calles y, en menor medida, drogas)



El “botellón” es la alternativa de ocio nocturno que más inconvenientes genera a los madrileños que tienen uno cerca de su casa. Afecta a uno de cada cuatro habitantes de la Comunidad. Amplios sectores de vecinos afirman que la actividad del “botellón” cercano a su hogares genera suciedad en las calles, daños en las instalaciones públicas, ruidos molestos a los vecinos, inseguridad y drogadicción.

Conclusiones

12. Actitudes



Existen tres sectores con opiniones en algunos casos contrapuestas y cuantitativamente similares en relación con el ocio nocturno.

- ← Un grupo de “críticos”, que afirman que el ocio nocturno es permisivo y por lo tanto la población debe cambiar sus hábitos de diversión. Reclaman un rol muy activo y unilateral de la administración en la resolver este “problema”. Son el 30% de los madrileños.
- ← Un grupo de “satisfechos”, que consideran que cada uno tiene derecho a divertirse a la hora que quiera sin molestar a los demás y que para evitar algún efecto negativo que se pueda producir como consecuencia del ocio nocturno, la administración debe poner los medios necesarios. Limitan la responsabilidad de los empresarios del sector. Son el 31% de los madrileños.
- ← Un sector de “dialogantes” que creen que se debe respetar el derecho de cada ciudadano a disfrutar de su ocio nocturno. Están de acuerdo en que la administración debe proveer de los medios suficientes para contener los efectos negativos que puedan producirse pero también creen que los empresarios del sector deben asumir un rol más activo para solucionar posibles problemas y la gente debe tener mayor conciencia. Representan el 39% de los madrileños.

Conclusiones

13. Soluciones

-  Los ciudadanos reconocen su responsabilidad en los problemas causados a la hora de divertirse: La mayoría considera que el principal responsable de los problemas generados por el ocio nocturno son los propios ciudadanos.
-  En general, existe consenso para solucionar los problemas que pueda causar el ocio nocturno. Nadie está exento de responsabilidades. Los entrevistados se manifiesta a favor de que tanto la Administración como los empresarios del sector pongan medios suficientes para evitar los posibles efectos no deseados del ocio nocturno...
-  ... Pero también afirman, que son los propios ciudadanos quienes deben respetar las normas de comportamiento para posibilitar una convivencia en armonía.

Conclusiones

14. En definitiva...

-  El estudio muestra que el ocio nocturno ocupa un lugar preponderante para los madrileños. Es algo valioso que requiere un tratamiento serio.
-  También deja claro que los ciudadanos desean disfrutar de su ocio con normalidad y que el mismo es una práctica social integrada a los usos sociales de la mayoría.
-  La descripción de los hábitos de los madrileños muestra como se han desplazado las franjas horarias mayoritarias destinadas al ocio y a otras actividades (como las compras) sobrepasando los “horarios habituales” de otros países europeos.
-  Los ciudadanos reconocen que el ocio nocturno puede producir “efectos secundarios” no deseados, pero la mayoría no parecen dispuestos a soluciones drásticas que recorten su ocio.
-  Hay consenso en que para reducir estos “efectos no deseados” es preciso incentivar el diálogo entre los actores sociales involucrados: autoridades (con un papel clave y una inversión en medios muy demandada), empresarios del sector y los propios ciudadanos.